

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

Terra scimus

Выпуск II

Сборник статей

по итогам

Алтаеведческой научной ассамблеи "Алтай: Terra scimus",
посвященной рассмотрению проблемы

«КУЛЬТУРЫ АЛТАЯ И АЛТАЙСКИЕ ЯЗЫКИ: ЯЗЫКОВОЙ
МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ, РЕГИОНАЛЬНАЯ
ИДЕНТИЧНОСТЬ»

(21 октября 2020, Барнаул)

в рамках «Года японо-российских межрегиональных и побратимских обменов (Года японо-российских межрегиональных обменов)», Года взаимных обменов между Российской Федерацией и Республикой Корея, 2020-го и 2021-го Годов российско-китайского научно-технического и инновационного сотрудничества.

Барнаул

2020

ББК 81.002_{я43}+ 81.754.41_{я43}+ 65.291.3_{я43}+ 60.842_{я43}
УДК 81:33 (08)+811.531 (08)+659.4 (08)

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

Выпускающий редактор: Пивкина Н.Н., канд. филол. наук, доцент Российского государственного заочного аграрного университета

Редакционная коллегия:

Шалаев В.П. д-р. филос. наук, профессор, декан факультета социальных технологий Поволжского государственного технологического университета, заслуженный деятель науки Республики Марий Эл, Почетный работник Высшего профессионального образования Российской Федерации (Россия)

Авдеева Т. Ю., канд. филол. наук, директор Центра обучения Европейских и Восточных языков Elite (зам. главного редактора, куратор японского и корейского направлений) (Россия)

Мицумори Ю, представитель Japan Foundation (Япония)

Мансков С.А., канд. филол. наук, доцент кафедры теории и практики журналистики Алтайского государственного университета (Россия)

Хираи Тоши, руководитель Международной школы балета S&H, Токио (Япония)

Ли Сеонг Ван, преподаватель Корейского религиозного университета (Южная Корея)

Чханг Кионгджун, преподаватель Корейского религиозного университета (Южная Корея)

Пивкина Н.Н., канд. филол. наук, доцент Российского государственного заочного аграрного университета (Россия)

Аникин Д.В., канд. филол. наук, доцент кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета (Россия)

Валюлина Е.В., канд. филол. наук, доцент кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета (Россия)

Жеребненко А.В., доцент кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета (Россия) (уч. секретарь Алтаеведческой ассамблеи)

Terra Scimus: Сборник статей по итогам Алтаеведческой научной ассамблеи "Алтай: Terra scimus", посвященной рассмотрению проблемы «Культуры Алтая и алтайские языки: языковой менеджмент, маркетинговые стратегии, региональная идентичность» в рамках «Года японо-российских межрегиональных и побратимских обменов (Года японо-российских межрегиональных обменов)», Года взаимных обменов между Российской Федерацией и Республикой Корея, 2020-го и 2021-го Годов российско-китайского научно-технического и инновационного сотрудничества (21 октября 2020, Барнаул)/ под ред. Н.В. Халиной и С.А. Манскова – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2020. – 179 с.

ISBN 978-5-7904-2466-3

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»
Японский Фонд 国際交流基金
Международная федерация преподавателей иностранных языков FIPLV
Международная школа балета Токио S&N
Муниципальный культурный центр «Сибирь-Хоккайдо»
Центр обучения Восточных и Европейских Языков ЭЛИТ
Центр языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга ААФ
Институт массовых коммуникаций, филологии и полиграфии
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью



*Алтаеведческая научная ассамблея
"Алтай: Terra scythica"*

**КУЛЬТУРЫ АЛТАЯ И АЛТАЙСКИЕ ЯЗЫКИ:
ЯЗЫКОВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ,
РЕГИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ**

21 октября 2020

*Барнаул
Россия*

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»

Японский Фонд 国際交流基金

Международная федерация преподавателей иностранных языков FIPLV

Международная школа балета Токио S&H

Муниципальный культурный центр «Сибирь-Хоккайдо»

Центр обучения Восточных и Европейских Языков ЭЛИТ

Центр языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга ААФ

Институт массовых коммуникаций, филологии и политологии

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и

связей с общественностью

КУЛЬТУРЫ АЛТАЯ И АЛТАЙСКИЕ ЯЗЫКИ: ЯЗЫКОВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ, РЕГИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ

Материалы

Алтаеведческой научной ассамблеи

"Алтай: Terra scimus",

проведенной

в рамках «Года японо-российских межрегиональных и побратимских обменов (Года японо-российских межрегиональных обменов)», Года взаимных обменов между Российской Федерацией и Республикой Корея, 2020-го и 2021-го Годов российско-китайского научно-технического и инновационного сотрудничества

Барнаул, 21 октября 2020 года

Барнаул
2020

Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation
FSBEU HE "Altai State University"
AAF Language Management and Communication Marketing Center
Centre for Education of Eastern and European Languages ELITE
Institute of Mass Communications, Philology and Political Science
Department of Media Communications, Advertising Technologies
and public relations

Terra scimus

Issue II

Collection of articles
based on the results

Altai Scientific Assembly "Altai: Terra scimus,"
dealing with the problem

"ALTAI CULTURES AND ALTAI LANGUAGES: LANGUAGE
MANAGEMENT, MARKETING STRATEGIES, REGIONAL IDENTITY "
(October 21, 2020, Barnaul)

in the framework of the "Year of Japanese-Russian interregional and twin-city
exchanges (Year of Japanese-Russian interregional exchanges)," the Year of mutual
exchanges between the Russian Federation and the Republic of Korea, 2020 and 2021 Years
of Russian-Chinese scientific, technical and innovative cooperation.

Barnaul
2020

Editor-in-chief: N.V. Khalina, Dr. Philol. Sciences, Professor, Department of Media Communications, Advertising and Public Relations Technologies, Altai State University, Honorary Worker of the Higher School of the Russian Federation,

Releasing editor: Pivkina N.N., Cand. philol. Sciences, associate professor of the Russian State Agricultural Correspondence University

Editorial Board:

Shalaev V.P. D. филос. Professor, Dean of the Faculty of Social Technologies of the Volga State Technological University, Honored Scientist of the Republic of Mari El, Honorary Worker of Higher Professional Education of the Russian Federation ((Yoshkar-Ola, Russia)

Avdeeva T. Yu., Kand. Phil. Sciences, Director of the Elite Center for the Study of European and Oriental Languages (Russia) (Deputy Editor-in-Chief, curator of the Japanese direction)

Mitsumori Yu, Japan Foundation (Japan)

Manskov S.A., Kand. Phil. Sciences, Associate Professor, Department of Theory and Practice of Journalism, Altai State University (Russia)

Hirai Toshi, Head of S & H International Ballet School, Tokyo

Lee Seong-wan, Professor, Korean Religious University

Chang Kiongjun, Professor, Korean Religious University

Pivkina N.N., Cand. Phil. Sciences, Associate Professor of the Russian State Correspondence Agricultural University (Russia)

Anikin D.V., Cand. Phil. Sciences, Associate Professor, Department of Media Communications, Advertising and Public Relations Technologies, Altai State University (Russia)

Valyulina E.V., Cand. Phil. Sciences, Associate Professor, Department of Media Communications, Advertising and Public Relations Technologies, Altai State University (Russia)

Zherebnenko A.V., Associate Professor, Department of Media Communications, Advertising Technologies and Public Relations, Altai State University (Russia) (ext. per issue)

Terra Scimus: A collection of articles based on the results of the Altai Scientific Assembly "Altai: Terra scimus, "dedicated to the consideration of the problem" Altai Cultures and Altai languages: language management, marketing strategies, regional identity "within the framework of the" Year of Japanese-Russian interregional and twin-city exchanges (Year of Japanese-Russian interregional exchanges), "the Year of mutual exchanges between the Russian Federation and the Republic of Korea, 2020 and 2021 Years of Russian-Chinese scientific, technical and innovative cooperation (October 21, 2020, Barnaul)/ed. N.V. Khalina, S.A. Manskov ASU, 2020. -179 c.

**FSBOU VO "Altai State University"
Japan 国際交流基金 Foundation
International Federation of Foreign Language Teachers FILPLV
Tokyo S & H International Ballet School
Municipal Cultural Center "Siberia-Hokkaido"
Centre for Education of Eastern and European Languages ELITE
AAF Language Management and Communication Marketing Center
Institute of Mass Communications, Philology and Political Science
Department of Media Communications, Advertising Technologies and
public relations**

**ALTAI CULTURES AND ALTAI LANGUAGES: LANGUAGE MANAGEMENT, MARKETING
STRATEGIES, REGIONAL IDENTITY**

Materials

Altai Scientific Assembly

"Altai: Terra scimus,"

carried out

**in the framework of the "Year of Japanese-Russian interregional and twin-city
exchanges (Year of Japanese-Russian interregional exchanges)," the Year of mutual
exchanges between the Russian Federation and the Republic of Korea, 2020 and 2021 Years
of Russian-Chinese scientific, technical and innovative cooperation.**

Barnaul, October 21, 2020

Barnaul

2020

СОДЕРЖАНИЕ

ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ОРГАНИЗАЦИОННОГО КОМИТЕТА АЛТАЕВЕДЧЕСКОЙ АССАМБЛЕИ Натальи Васильевны Халиной.....	16
ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО ПРЕДСТАВИТЕЛЯ JAPAN FOUNDATION г-на Мицури Ю.....	19
ПРЕДИСЛОВИЕ: ВВЕДЕНИЕ В АЛТАЕВЕДЕНИЕ.....	22
Раздел I. АЛТАЙСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И КУЛЬТУРА АЛТАЙСКИХ ЯЗЫКОВ.....	29
Халина Н.В. МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИИ: АЛТАЕВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРА АЛТАЙСКИХ ЯЗЫКОВ.....	30
Анчина С. В. COMMON FEATURES OF ALTAIC AND KOREAN CULTURE.....	39
Авдеева Т.Ю. REGIONAL IDENTITY OF JAPANESE PEOPLE.....	42
Злобина Ю.И. РЕГИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ПОЭЗИИ А. ПАКА В РАМКАХ ГЕОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА АЛТАЯ (НА МАТЕРИАЛЕ СБОРНИКА «ИЕРОГЛИФ ОДИНОЧЕСТВА»).....	47
Халина Н.В., Жеребненко А.В. КОРЕЙСКАЯ МЕДИАКУЛЬТУРА: КОНСТРУИРОВАНИЕ АЛТАЙСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СИНХРОННЫХ КОНТАКТНЫХ СРЕДАХ.....	52
Раздел 2. ПОЛИЛИНГВАЛЬНЫЙ И МУЛЬТИКУЛЬТУРНЫЙ АЛТАЕВЕДЧЕСКИЙ ДИСКУРС.....	59
Дмитриева Л.М., Чжан Юньфэй СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ ТЕРМИНА «АЛТАЙ» В РУССКИХ И КИТАЙСКИХ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ НАЗВАНИЯХ.....	60
Дмитриева Л.М., Чжао Чэньси СРАВНЕНИЕ ЛИЧНЫХ ИМЕН РУССКИХ В АЛТАЙСКОМ РАЙОНЕ В СИНЬЦЗЯНЕ И В АЛТАЙСКОМ КРАЕ В РОССИИ.....	64
Пивкина Н.Н. ГЕРМАНСКОЕ АЛТАЕВЕДЕНИЕ: АЛЕКСАНДР ФОН ГУМБОЛЬДТ, ИОГАН ПЕТЕР ФАЛЬК, ФИЛИПП РИДДЕР.....	67
Шелкова С.В. ФОНЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДРЕВНЕГЕРМАНСКИХ ЯЗЫКОВ.....	71
Пань Иншань ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ЛАНДШАФТ КАК ЭЛЕМЕНТ КУЛЬТУРНОГО АЗИАТСКОГО-ТИХООКЕАНСКОГО МЕДИАДИСКУРСА.....	77
Ли Чжэн ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ КОНСТРУКЦИИ РУССКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА.....	81
Раздел 3. АЛТАЙСКАЯ ДИСКУРСИЯ: ХУДОЖЕСТВЕННОЕ, ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЯ.....	85
Качесова И.Ю. МЕТАМОРФОЗЫ МИРОСТРОЕНИЯ, ИЛИ СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ОПИСАНИЯ ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИК В ТВОРЧЕСТВЕ В.М. ШУКШИНА.....	86
Карпухина В.Н. ПРАЙМИНГ В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ АЛТАЙСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ НАЧАЛА XX ВЕКА.....	92
Шабалин А.Д. СТРАТЕГИЯ ВЫЖИВАНИЯ, ИЛИ SUSTAINABLE EATING ПО-АЛТАЙСКИ: ЯЗЫКОВАЯ МОДА ИЛИ НАСУЩНАЯ ПОТРЕБНОСТЬ? (ЛИНГВОЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА В СОЗДАНИИ ОБРАЗА ЧЕЛОВЕКА АЛТАЯ).....	97

Говорухина Г.В. ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ (2013-2018 ГГ.).....	100
Раздел 4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ДИСКУРС БОЛЬШОГО АЛТАЯ.....	107
Штатская Т.В. К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ЕСТЕСТВЕННОГО И ИСКУССТВЕННОГО БИЛИНГВИЗМА.....	108
Леонтьев Э. П. ПЕРСПЕКТИВЫ РУССКОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОЙ МОНГОЛИИ.....	111
Васильева Н.А., Котова Д.С., Краева В.Ю. ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ МАГИСТРАНТОВ В РУССКО-КАЗАХСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ СРЕДЕ (ОПЫТ РАБОТЫ В ДИСТАНЦИОННОМ ФОРМАТЕ).....	116
Сорокина М.О. КУРС «РЕГИОНАЛЬНАЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ» КАК БАЗА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАНОВЕДЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ ИНОСТРАНЦЕВ (МЕТОДИЧЕСКИЕ ЗАМЕТКИ).....	121
Раздел 5. ПЕРСПЕКТИВЫ ОРИЕНТАЛЬНОГО КРОСС-МАРКЕТИНГА: КОРЕЙСКИЙ ТРЕНД.....	127
Бакланова Виктория SMART-ТЕХНОЛОГИИ В КУЛЬТУРЕ СОВРЕМЕННОЙ КОРЕИ.....	128
Фурсова Александра МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ КОРЕЙСКОГО РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ.....	134
Каширских Анна ИННОВАЦИОННЫЕ ТРЕНДЫ КОРЕЙСКОГО РИТЕЙЛА.....	140
Васильева Ирина МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ШОУ-БИЗНЕСЕ ЮЖНОЙ КОРЕИ.....	144
Савин Иван НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА ЧАСТНЫХ ДОМОВ В ЮЖНОЙ КОРЕЕ.....	148
Раздел 6. КУЛЬТУРЫ АЛТАЯ И АЛТАЙСКИЕ ЯЗЫКИ: ЯЗЫКОВОЙ ОРИЕНТАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ.....	153
Конев Алексей САМОБЫТНОСТЬ ЯЗЫКА АЛТАЙЦЕВ.....	154
Скорынина Кристина ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕНТАЛЬНЫХ И ЯЗЫКОВЫХ ЛАНДШАФТОВ.....	157
Балыкова Екатерина РОЛЬ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИУМЕ (НА ПРИМЕРЕ ЯПОНСКОГО ЯЗЫКА).....	160
ВЫСТАВОЧНЫЙ ЗАЛ TS.....	163
Экспозиция лучших фоторабот Международного конкурса «Гляжусь в тебя, мой Барнаул», проведенного в рамках Алтаеведческой ассамблеи « Алтай: Tetta scimus»	164

CONTENTS

WELCOMING ADDRESS BY NATALIA VASILYEVNA KHALINA, CHAIRMAN OF THE ORGANIZING COMMITTEE OF THE ALTAI ASSEMBLY.	17
WELCOMING ADDRESS BY THE REPRESENTATIVE OF JAPAN FOUNDATION, Mr. Mitsiuri Yu.....	20
INTRODUCTION TO THE ALTAI SCIENCE.....	22
Section I. ALTAI IDENTITY AND CULTURE OF ALTAI LANGUAGES.....	29
Khalina N.V. TERRITORY MARKETING: ALTAI STUDIES AND CULTURE OF ALTAI LANGUAGES.....	30
Anchina S.V. COMMON FEATURES OF ALTAIC AND KOREAN CULTURE.....	39
Avdeeva T. Yu. REGIONAL IDENTITY OF JAPANESE PEOPLE.....	42
Zlobina Yu.I. REGIONAL IDENTITY OF A. PAK POETRY WITHIN THE FRAMEWORK OF ALTAI GEOCULTURAL SPACE (BASED ON THE MATERIAL OF THE COLLECTION "HIEROGLYPH OF SOLITUDE").....	47
Khalina N.V., Zherebnenko KOREAN MEDIACULTURE: DESIGN OF ALTAI IDENTITY IN SYNCHRONOUS CONTACT MEDIA.....	52
Section 2. POLYLINGVAL AND MULTICULTURAL ALTAIC DISCOURSE.....	59
Dmitrieva L.M., Zhang Yunfei SIMILARITIES AND DIFFERENCES OF THE TERM "ALTAI" IN RUSSIAN AND CHINESE GEOGRAPHICAL NAMES.....	60
Dmitrieva L.M., Zhao Chenxi COMPARISON OF PERSONAL NAMES OF RUSSIANS IN ALTAI DISTRICT IN XINJIANG AND IN ALTAI TERRITORY IN RUSSIA.....	64
Pivkina N.N. GERMAN ALTAI SCIENCE: ALEXANDER VON HUMBOLDT, JOHAN PETER FALK, PHILIP RIDDER.....	67
Shelkova S.V. PHONETIC FEATURES OF ANCIENT GERMAN LANGUAGES.....	71
Pan Yinshan LINGUISTIC LANDSCAPE AS A CULTURAL ELEMENT OF ASIAN-PACIFIC MEDIADISCOURSE.....	77
Li Zheng PHRASEOLOGICAL CONSTRUCTIONS OF THE RUSSIAN ECONOMIC DISCOURSE.....	81
Section 3. ALTAI DISCOURSE: ARTISTIC, JOURNALISTIC, SOCIOLOGICAL DIMENSIONS.....	85
Kachesova I.Y. METAMORPHOSIS OF PEACEBUILDING, OR STRUCTURAL-SEMANTIC ASPECT OF DESCRIPTION OF DISCOURSIIVE PRACTICE IN THE WORK OF V.M. SHUKSHIN.....	86
Karpukhina V.N. PRIMING IN THE NEWS DISCOURSE OF ALTAI JOURNALISM OF THE BEGINNING OF THE TWENTIETH CENTURY.....	92
Shabalin A.D. SURVIVAL STRATEGY, OR SUSTAINABLE EATING IN ALTAI: LANGUAGE FASHION OR URGENT NEED? (LINGVOECOLOGICAL ASPECT OF MEDIA DISCOURSE IN CREATING AN IMAGE OF AN ALTAY PERSON).....	97
Govorukhina G.V. TRANSFORMATION OF SOCIO-CULTURAL INSTITUTIONS IN RURAL AREAS OF ALTAI TERRITORY (2013-2018).....	100
Section 4. EDUCATIONAL DISCOURSE OF THE GREAT ALTAI.....	107
Shtatskaya T.V. TO THE QUESTION OF THE FORMATION OF NATURAL AND ARTIFICIAL BILINGUISM.....	108
Leontiev E.P. PERSPECTIVES OF THE RUSSIAN LANGUAGE IN MODERN MONGOLIA.....	111

Vasilieva N.A., Kotova D.S., Kraeva V.Yu. PECULIARITIES OF CONDUCTING EDUCATIONAL PRACTICE OF UNDERGRADUATES IN RUSSIAN-KAZAKH LANGUAGE ENVIRONMENT (EXPERIENCE IN REMOTE FORMAT).....	116
Sorokina M.O. COURSE "REGIONAL LINGUOCULTUROLOGY" AS A BASIS FOR THE FORMATION OF COUNTRY-BASED COMPETENCE OF FOREIGN STUDENTS (METHODICAL NOTES).....	121
Section 5. OUTLOOK FOR ORIENTAL CROSS-MARKETING: KOREA TREND.....	127
Baclanova Victoria SMART TECHNOLOGIES IN THE CULTURE OF MODERN KOREA.....	128
Fursova Alexandra MARKETING STRATEGIES OF THE KOREAN DAIRY MARKET.....	134
Kashirsky Anna INNOVATIVE TRENDS OF KOREAN RETAIL.....	140
Vasilyeva Irina MARKETING TECHNOLOGIES IN SHOW BUSINESS OF SOUTH KOREA.....	144
Savin Ivan SOME FEATURES OF THE CONSTRUCTION OF PRIVATE HOUSES IN SOUTH KOREA.....	148
Section 6. ALTAI CULTURES AND ALTAI LANGUAGES: LANGUAGE ORIENTATION MANAGEMENT.....	153
Konev Alexey IDENTITY OF THE ALTAI LANGUAGE.....	154
Skorynina Kristina INTERACTION OF MENTAL AND LINGUISTIC LANDSCAPES	157
Balykova Ekaterina ROLE OF LINGUISTIC TECHNOLOGIES IN MODERN SOCIETY (USING JAPANESE AS AN EXAMPLE).....	160
TS EXHIBITION HALL.....	163
EXHIBITION OF THE BEST PHOTOGRAPHS OF THE INTERNATIONAL CONTEST "I LOOK AT YOU, MY BARNAUL", HELD WITHIN THE FRAMEWORK OF THE ALTAI STUDIES ASSEMBLY " ALTAI: TETTA SCIMUS».....	164

과학부 및 러시아 연방 고등 교육부
알타이 주립 대학
언어 관리 및 커뮤니케이션 마케팅 센터 AAF
엘리트 동부 및 유럽 언어 교육 센터
대중교통, 철학 및 정치학 연구소
미디어 커뮤니케이션 학과, 광고 기술
그리고 홍보 활동

테라 시무스

문제 2

기사 모음
에 결과

알타이 과학 어셈블리 "알타이: 테라 시무스",
는 문제의 고려에 전념
"알타이 공화국과 알타이 언어의 문화: 언어
경영, 마케팅 전략, 지역 정체성"
(2020년 10월 21일 바르나울)

의 틀에서 "중국과 러시아어 지역과 자매도시 교류(년 중국과 러시아의 지역간
교류)", 올해 상호 교류의 사이에 러시아 연방 공화국의 한국, 2020년과 2021년 러시아
중국인 과학-기술과 혁신의 협력입니다.

바르나울
2020

알타이 주립 대학
국가의 일본어 재단
국제 외국어 교사 FIPLV 연맹
도쿄 S&H 의 국제 발레 학교
시 문화 센터"시베리아-홋카이도»
엘리트 동부 및 유럽 언어 교육 센터
언어 관리 및 커뮤니케이션 마케팅을 위한 AAF 센터
대중교통, 철학 및 정치학 연구소
미디어 커뮤니케이션 학과, 광고 기술 및
홍보 활동

알타이 문화와 알타이 언어: 언어 관리, 마케팅 전략, 지역 정체성

물자

알타이 과학 어셈블리

"알타이: 테라 시무스",

개최

의 틀 내에서 "올해의 일본 러시아어 지역간과 자매결연 교환(년의 일본 러시아어 지역간 교류)", 올해 상호 교류의 사이에 러시아 연방 공화국의 한국, 2020 년과 2021 년의 러시아-중국어, 과학 기술과 혁신적인 협력 있습니다.

바르나울, 2020 년 10 월 21 일

바르나울

2020

내용

조직위원회 ACTIVECHECKOUT 어셈블리 나탈리아 할리 나스의 회장의 환영 연설.....	18
일본 재단의 대표,메치우리 유 씨의 환영 연설.....	21
소개:알타이 연구 소개.....	22
제 1 절 알타어 정체성과 알타어 언어의 문화.....	29
칼리나 N.V. 마케팅 영역:고대 언어의 활성화와 문화.....	30
아나키나 시리나 발레리브나 알타어와 한국 문화의 일반적인 특징.....	39
일본 사람들의 Avdeeva T.Y. 지역 정체성.....	42
즐로비나 유 I. 지역적 정체성의 A.PAK 의 시 프레임워크 내에서의 알타어 GEOCULTURAL 공간(에 따라 재료의 컬렉션에"상형문자의 외로움").....	47
섹션 2. 폴리 언어 및 다문화 알파비츠키 담론.....	59
드미트리예바 L.M.,장윤페이 유사점과 러시아어와 중국 지리적 이름의 용어"알타어"의 차이.....	60
드미트리예바 L.M.,자오 chenxi 는 신장 및 러시아의 altai 지역에서 러시아의 개인 이름의 비교.....	64
그 결과,그리스도는 그리스도와 그리스도의 상호작용에 의해 형성되었다.....	67
Shelkova S.V. 오래된 독일어 언어의 음성 기능.....	71
문화 아시아-태평양 미디어 담론의 요소로 언어 풍경의 팬 이산.....	77
러시아 경제 담론의 리 정 표현학 구조.....	81
섹션 3. 알타어 담론:예술,저널리즘,사회적 차원.....	85
카체소바 I.Yu. 세계 빌딩의 변태,또는 V.M.SHUKSHIN 의 작품에서 담론적 관행을 설명하는 구조적이고 의미 론적 측면.....	86
카르푸키나 V.N.20 세기 초반 알타어 저널리즘 뉴스 담론에 프레이밍.....	92

샤발린 A.D. 생존 전략,또는 알타이에서 지속 가능한 식사:패션의 언어 또는 긴급한 필요? (LINGUO-생태학적 측면의 미디어에서 담론의 이미지를 만드는 알타이 남자).....	97
알타이 지역 농촌 지역의 사회 문화 기관의 Govorukhina G.V. 변환(2013- 2018).....	100
섹션 4. 위대한 알타이의 교육 담론.....	107
자연 및 인공 이중 언어주의의 형성에 관한 민사 T.V.....	108
Leontiev E.P. 현대 몽골 러시아 언어 전망.....	111
오늘 하루 종일 그 자리에서 일어났습니다. 러시아-카자흐스탄 언어 환경의 학부생 교육 실습 수행의 특징(원격 형식 경험).....	116
Sorokina M.O. 물론 "지역 LINGUOCULTUROLOGY"에 대한 기준으로 형성의 지역 역량의 외국인 학생(노트 방법론).....	121
섹션 5. 오리엔탈 크로스마케팅의 전망:한국 트렌드.....	127
빅토리아 바클라노바 스마트-현대 한국의 문화 기술.....	128
알렉산드라 푸르소바 한국 유제품 시장 마케팅 전략.....	134
Kashirskikh Anna 한국 소매 분야의 혁신적인 동향.....	140
Vasilyeva Irina 한국 쇼 비즈니스 마케팅 기술.....	144
사빈 이반 한국의 민간 주택 건설의 일부 기능.....	148
섹션 6. 알타이어 및 알타이어 문화 : 언어 오리엔탈 관리.....	153
알렉세이 코 네프. 알타이 언어의 정체성.....	154
스코 리니 나 크리스티나 . 정신 및 언어 풍경의 상호 작용 (일본어 예에서).....	157
발리 코바 예카테리나. 현대 사회에서 언어 기술의 역할 (일본어 예시).....	160
TS 전시 홀.....	163
전시회의의 사진들은 국제 대회가"내가 보기에서 당신은,나의 바르나울"개최의 일부분으로는 알타이 어셈블리 연구"알타이:Terra 의 Scimus».....	164



**ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО
ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ОРГАНИЗАЦИОННОГО КОМИТЕТА
АЛТАЕВЕДЧЕСКОЙ АССАМБЛЕИ Натальи Васильевны Халиной**

Дорогие участники Алтаеведческой ассамблеи «Алтай: Terra scimus»!

Мы рады, что второй раз в 2020 году нам удалось собраться, чтобы обсудить проблемы культурного взаимодействия территорий, объединенных коммуникативными практиками алтайских культур и идеографической стратегией упорядочения многообразия мира в знаковых системах китайского, корейского, японского и русского дискурсов.

2020 год знаменателен тем, что это Год обменов (Год японо-российских межрегиональных обменов)», Год взаимных обменов между Российской Федерацией и Республикой Корея. 2020-ый и 2021-ый годы – Годы российско-китайского научно-технического и инновационного сотрудничества.

Опыт проведения в марте этого года научно-практического алтаеведческого семинара «Перспективы ориентального кросс-маркетинга: японский тренд» убедил нас в верности избранного пути, нацеленного на формирование интегрированного пространства коммуникаций алтайских культур.

Безусловен интерес в России, Алтайском крае к японской и корейской культуре. Расширению контактов между китайской и российской культурами содействуют уже реализуемые на практике проекты, прежде всего, в области образования. Все это делает несомненной необходимость изыскания все новых и новых возможностей разработки совместных проектов в области культуры и лингвистики, опыт реализации которых создаст научно-исследовательскую площадку для выработки единой интегрированной когнитивной культурной стратегии нашей территории.

Будем успешны в наших научных начинаниях, здоровы и максимально коммуникативно активны!

Председатель организационного комитета
Алтаеведческой ассамблеи «Алтай: Terra scimus»

Welcome speech by Natalia Vasilyevna Khalina, chairman of the organizing committee of the Altai studies assembly

Dear participants of the Altai studies assembly "Altai: Terra scimus"!

We are glad that for the second time in 2020 we were able to meet to discuss the problems of cultural interaction of territories united by the communicative practices of altai cultures and the ideographic strategy of ordering the diversity of the world in the sign systems of chinese, korean, japanese and russian discourses.

The year 2020 is significant because it is the Year of Exchanges (the Year of Japanese-Russian Interregional Exchanges)", the Year of mutual exchanges between the Russian Federation and the Republic of Korea. 2020 and 2021 are the Years of Russian-Chinese scientific, technical and innovative cooperation.

The experience of holding the scientific and practical Altai studies seminar "Prospects of Oriental cross-marketing: the Japanese trend" in March this year convinced us of the correctness of the chosen path aimed at forming an integrated communication space of Altai cultures.

There is an unconditional interest in russia and the altai territory in japanese and korean culture. the expansion of contacts between chinese and russian cultures is facilitated by projects already implemented in practice, primarily in the field of education. All this makes it absolutely necessary to find more and more opportunities to develop joint projects in the field of culture and linguistics, the experience of which will create a research platform for developing a single integrated cognitive cultural strategy of our territories.

We will be successful in our scientific endeavors, healthy and as communicative as possible!

Chairman of the Organizing Committee
Altai Studies Assembly " Altai: Terra scimus»

알타이 디언 의회 Natalya Vasilievna Halina 조직위원회 위원장의 환영 연설

제 1 회 알타이 연구회 "알타이 : 테라 시무스"참가자 여러분!

우리는 2020 년에 두 번째로 알타이 문화의 의사 소통 관행과 중국, 한국, 일본, 러시아 담화의 기호 체계에서 세계의 다양성을 질서하는 표의 전략에 의해 연합 된 영토 간의 문화 상호 작용 문제를 논의하기 위해 함께 모여 기쁩니다.

2020 년은 러시아와 대한민국의 상호 교류의 해인 '일 · 러 지역 교류의 해'라는 점에서 의미가있다. 2020 년과 2021 년-러시아-중국 과학, 기술 및 혁신 협력의 해.

올해 3 월 과학적이고 실용적인 알타이 연구 세미나 "동양 교차 마케팅의 관점 : 일본 트렌드"를 개최 한 경험은 알타이 문화의 통합 커뮤니케이션 공간 형성을 목표로 선택한 경로의 정확성을 우리에게 확신 시켰습니다.

러시아와 알타이 영토에 대한 일본과 한국 문화에는 부인할 수 없는 관심이 있습니다. 중국과 러시아 문화 간의 접촉 확대는 무엇보다도 교육 분야에서 이미 시행되고있는 프로젝트에 의해 촉진됩니다. 이 모든 것은 의심 할 여지없이 문화와 언어학 분야의 공동 프로젝트 개발을위한 점점 더 많은 새로운 기회를 모색 할 필요가 있으며, 그 결과는 단일 통합인지 문화 전략 개발을위한 연구 플랫폼이 될 것입니다.

우리는 과학적 노력에 성공할 것이며, 건강하고 의사 소통 적으로 가능한 한 많이 활동할 것입니다!

조직위원회 위원장

I 알타이 연구 어셈블리 "알타이 : 테라 시무스"

나탈리아 칼리나





ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО ПРЕДСТАВИТЕЛЯ ФОНДА JAPAN FOUNDATION г-на Мицури Ю

Дорогие друзья, от имени фонда Japan Foundation рад приветствовать вас на Алтаеведческой Ассамблея!

Формат Ассамблеи позволяет нам расширить круг проблем, предложенных к обсуждению в рамках научно-практического алтаеведческого семинара «Перспективы ориентального кросс-маркетинга: японский тренд», проведенного в рамках «Года японо-российских межрегиональных и побратимских обменов (Года японо-российских межрегиональных обменов) Центром языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга ААФ ИМКФиП и кафедрой медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета.

Наша вторая встреча в 2020 году свидетельствует о растущем интересе к особенностям наших национальных культур и необходимости превращения краткосрочных коммуникаций и долгосрочные отношения, к чему со своей стороны мы абсолютно готовы.

Желаю всем нам плодотворного сотрудничества и крепкого сибирского алтайского здоровья!

Представитель фонда JAPAN FOUNDATION г-на Мицури Ю

Welcome speech by a representative of the foundation the Japan Foundation mr. Meciuri Yu.

Dear friends, on behalf of the Japan Foundation, I am glad to welcome you to the Altai History Conference!

The format of the Assembly allows us to expand the range of issues proposed for discussion in the framework of scientific-practical altayvagonstab of the seminar "prospects of the Oriental cross-marketing: the Japanese trend" conducted in the framework of the "Sino-Russian inter-regional and sister city exchanges (the Year of Sino-Russian inter-regional exchanges) the Center of the language management and communication marketing AAF Inktip and the Department of media communications, technology, advertising and public relations of the Altai state University.

Our second meeting in 2020 demonstrates the growing interest in the peculiarities of our national cultures and the need to transform short-term communications into long-term relations, which we are absolutely ready for.

I wish all of us fruitful cooperation and good Siberian Altai health!

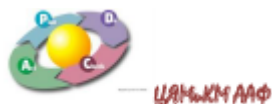
The representative of the Foundation the Japan Foundation Mr. Meciuri Yu

일본 재단 대표 유 미쓰리 씨가 환영합니다

친애하는 친구 여러분, 일본 재단을 대표하여 알타이 연구회에 오신 것을 환영합니다!
총회 형식을 통해 우리는 과학적이고 실용적인 알타이 연구 세미나 "동양 교차 마케팅의
전망 : 일본-러시아 간 지역 및 쌍 도시 교류의 해 (일-러 지역 간 교류의 해)의 틀 안에서 개최
된 일본 트렌드"라는 언어 관리 센터의 틀 안에서 논의를 위해 제안된 문제의 범위를 확장 할
수 있습니다. AAF IMKFiP와 알타이 주립 대학 미디어 커뮤니케이션, 광고 기술 및 홍보
부서의 커뮤니케이션 마케팅.

2020 년 두 번째 회의는 우리 민족 문화의 특성에 대한 관심이 높아지고 있으며, 우리가
절대적으로 준비한 단기 커뮤니케이션 및 장기적 태도를 바꿔야 할 필요성을 증언합니다.
우리 모두가 유익한 협력과 강력한 시베리아 알타이 건강을 기원합니다!

일본 재단 대표 유 미쓰리 씨



ПРЕДИСЛОВИЕ: ВВЕДЕНИЕ В АЛТАЕВЕДЕНИЕ

Естертен кърқрдқ
Еч толықту Хан-Алтай!
Туразынаһ кърқрдқ
Тогус полуһду Хан-Алтай!
Кыјазанаһ кърқрдқ,
Камчы сынду јуртуни¹
Кеске конгон јуртуни
Куреһ чепкен тқжқғқндый Хан-Алтай!

Когда согласишь на Алтай сверху
Хан-Алтай показывается треугольным!
Если взглянешь на него со стороны,
Девятиугольный кажется Хан-Алтай!
Если со ската горы смотреть будешь,
Как плеть расплетённые хребты твои Хан-Алтай!

«Я мог бы жить в любом краю России,
но гигантская мощь красоты Алтая,
как магнитом притянула меня к себе»
А.В. Анохин¹

21 октября 2020 года на базе кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета и Центра языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга ААФ состоялась Алтаеведческая научная ассамблея "Алтай: Terra scimus" (Алтай - земля, которую мы познаем"). К участию были приглашены исследователи Китая, Кореи, Казахстана, Монголии, Японии и России.

Алтаеведческая научная ассамблея проводилась в рамках «Года японо-российских межрегиональных и побратимских обменов (Года японо-российских межрегиональных обменов)», Года взаимных обменов между Российской Федерацией и Республикой Корея, 2020-го и 2021-го Годов российско-китайского научно-технического и инновационного сотрудничества.

Это уже второе мероприятие, которое проводится открытым в январе 2020 года Центром языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга ААФ на базе кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью.

В марте 2020 года силами Центра языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга ААФ был проведен Фестиваль «День японской культуры на факультете массовых коммуникаций, филологии и

¹ Источник: <https://www.altairegion22.ru/authorities/spisok/anohin-andrei-viktorovich-18691931/>

политологии (マスコミ学部における日本文化の日) «Встречай Рассвет!» (夜明けに会う) в рамках «Года японо-российских межрегиональных и побратимских обменов (Года японо-российских межрегиональных обменов)». Научным мероприятием фестиваля стал научно-практический алтаеведческий семинар «Перспективы ориентального кросс-маркетинга: японский тренд». Статьи авторов докладов были опубликованы в издании «Terra scimus», проиндексированном в РИНЦ.

На этот раз ЦЯМиКМ ААФ нацелил усилия исследователей на обсуждение проблемы «Культуры Алтая и алтайские языки: языковой менеджмент, маркетинговые стратегии, региональная идентичность» с акцентированием внимания на корейской теме в экономике, истории и обучении культуре коммуникации на корейском языке, как одном из алтайских языков. Заданный фокус обсуждения культуры алтайских языков позволил сосредоточить внимание на когнитивных стилях и стратегиях изучения иностранных языков восточноазиатского региона, на метакогнитивных стратегиях, включающих предварительное планирование и осознание процесса обучения, и социоаффективных стратегиях, подразумевающих интеграцию коммуникативного сотрудничества и компенсаторных стратегий.

Работа Ассамблеи была организована в формате Prime sessions: пленарной, сессии преподавателей-исследователей, сессии аспирантов и магистрантов, сессии студентов бакалавриата и учеников Центра обучения Восточных и Европейских языков ЭЛИТ. Безусловным украшением Алтаеведческой ассамблеи стало участие в ней Дэлэгниам НЯМАА, доктора (Ph.D) филол. наук, Директора Центра русского языка при РЦНК в Ховд аймаке (Монголия), и Сырги Валерьевны Анчиной, младшего научного сотрудника НИИ алтаистики им. С. С. Суразакова (республика Алтай). Активное участие в подготовке и проведении Алтаеведческой Ассамблеи "Алтай: Terra scimus" приняла представитель руководства Русского центра в Монголии (филиал РЦНК Посольства РФ в Монголии в г.Ховд), зав. кафедрой РКИ Алтайского государственного университета, доктор филологических наук, профессор Лидия Михайловна Дмитриева.

Внимание общественности к алтаеведческой проблематике было впервые привлечено в 1922-1925 годах в «Лекциях по алтаеведению» крупнейшего русского этнографа XX века, участника «Потанинского кружка», просветителя, исследователя Горного Алтая, члена Русского географического общества Андрея Викторовича Анохина (см. рис.1). Рукописи «Лекций по алтаеведению» А.В. Анохина хранятся в Музее антропологии и этнографии им. Петра Великого (Ф. 11. Оп. 1. № 178. Л. 38–218 об.).

Начиная с 1904 года, А.В. Анохин совершил множество экспедиций по Южной Сибири, Монголии, Восточному Казахстану (см. рис. 2), впечатления о которых нашли свое отражение в его алтаеведческих лекциях: «В нашей Алтайской губернии есть довольно большое местечко, которое называется Алтай. Его хорошо знают только учёные люди, прежде всего учёные западные



(немцы, датчане, англичане) и учёные русские (Радлов, Ядринцев, Потанин, Адрианов, Клеменц, Швецов, Сапожников и др.), но плохо знает простой народ. Некоторые из простого народа бывали в Алтае, некоторые только слышали об нём, а большинство народа, живущего в России, совсем его не знают. Русский народ знает Кавказ, знает Урал, слышал он и про Альпы, почему же он мало знает Алтай?

Рис.1. Андрей Викторович Анохин



Рис. 2. Андрей Викторович Анохин в одной из экспедиций по Южной Сибири, Монголии, Восточному Казахстану

Да потому, что Алтай стоит в стороне от великого сибирского пути, с ним мало приходится соприкасаться, вследствие этого он ускользает от внимания простого народа.

Между тем Алтай на огромнейшей территории сибирской (в 6 тысяч вёрст) является лучшим местечком. По выражению одного из учёных людей, Алтай – драгоценная жемчужина всей Сибири. Алтай, добавлю дальше, прежде всего, изумительно красив. «Турист найдёт в Алтае богатый источник эстетического наслаждения в непривычных для жителей равнин и степей художественных сочетаниях тёмного леса и пенистых горных потоков ослепительно-свежих вершин и яркого цветистого горного луга, с опрокинутым над всем глубоким синим небосводом», – говорит проф. Томского университета Сапожников. Красота – это одно из неотъемлемых достоинств Алтая. Кроме красоты Алтай ценен и в других отношениях. В нём, добавлю дальше, действительно сосредоточены огромнейшие так называемые естественные богатства, которые трудно учесть. Чего, чего там только в нём нет! Он богат лесом, он богат своими кристальными водами, он богат рудами: медной, серебряной, свинцовой и золотом, он богат драгоценными разноцветными камнями, каменным льном асбест, каменным углём, зверями, птицами, старинными (археологическими) предметами, разнообразными травами и проч. В нём до сих пор сохранились археологические редкости: старинные могилы, каменные бабы, оросительные каналы, развалины городищ, писаницы на скалах, относящихся к бронзовому веку. Его горы и долины покрыты разнохарактерною растительностью. В его водах живут, кроме обычных видов, редкие экземпляры рыб, напри[м]ер, селёдка и асман. Его долины населяет народ тюркского племени, живший изолированно целые века и представляющий собой огромной величины интерес для учёного мира.

Всё это естественное и духовное богатство сосредоточил в себе Алтай, как родовитый Хан. Поэтому местные жители Алтая (алтайцы) не без

основания называют его /в обыденном разговоре и в песнях «Хан-Алтай» (Царь-Алтай), «Кеен-Алтай» (Красивый Алтай), «Каһай-Алтай» (Голубой Алтай)»²

В преддверии столетия начала проведения алтаеведческих исследований мы обращаемся к алтаеведческой проблематике в рамках просветительских и научных мероприятий, проводимых Центром языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга ААФ. На этот раз мы сосредоточили внимание на культуре алтайских языков, определяющей не только специфику лингвистической коммуникации, но и содержание жизненного мира представителей алтайских культур, в частности, культуры корейского языка как языка алтайского.

Научные предпочтения исследователей, принявших участие в Алтаеведческой ассамблее, получили отражение в нескольких направлениях: алтайская идентичность и культура алтайских языков, полилингвальный и мультикультурный алтаеведческий дискурс; алтайская дискурсия: художественное, публицистическое, социологическое измерения; образовательный дискурс Большого Алтая; перспективы ориентального кросс-маркетинга: корейский тренд; культуры Алтая и алтайские языки: языковой ориентальный менеджмент.

Изучению алтайской идентичности и культуры алтайских языков посвящены исследования Н. В. Халиной, С.В. Ачиной, Т.Ю.Авдеевой, Ю.И. Злобиной, А.В. Жеребненко.

Полилингвальный и мультикультурный алтаеведческий дискурс стал предметом рассмотрения в работах Л.М. Дмитриевой, Н.Н. Пивкиной, С.В. Шелковой, Чжан Юньфэя, Чжао Чэньси, Пань Иншань, Ли Чжэн.

Аспекты алтайской дискурсии (художественное, публицистическое, социологическое измерения) обсуждаются в работах В.Н. Карпухиной, И.Ю. Качесовой, Г.В. Говорухиной, А.Д. Шабалина.

Особое внимание уделяется образовательному дискурсу Большого Алтая, как в плане обсуждения общетеоретической проблематики, связанной с вопросами формирования естественного и искусственного билингвизма (Т.В. Шатская), перспектив русского языка в странах Большого Алтая (Э.П. Леонтьев), так и проблемой обобщения методического опыта, полученного в территориальном сегменте Большого Алтая (М.О. Сорокина, Н.А. Васильева, Д.С. Котова, В.Ю. Краева).

Организационная специфика языковой культуры, влияющая на экономические параметры жизнедеятельности общества через перспективы ориентального кросс-маркетинга (корейский тренд), рассматривается в исследованиях В. Баклановой, А. Фурсовой, А. Каширских, И. Васильевой, И. Савина. На культуры Алтая и алтайские языки (языковой ориентальный менеджмент) направлен исследовательский вектор работ Е. Балыковой.

В «Выставочном Зале TS представлена экспозиция лучших фоторабот Международного конкурса «Гляжусь в тебя, мой Барнаул», который проводился в рамках Алтаеведческой ассамблеи «Алтай: Tetta scimus»³.

Алтаеведческая Ассамблея состоялась, состоялась во времени и пространстве культуры алтайских языков, на одном из которых, корейском языке, корейский поэт Сон Кан (Чон Чхоль) в форме классического

² Анохин А.В. Лекции по алтаеведению / изд. 2-е, дополн. и исправл. Подг. текста и предисл. А.В. Малинова. Санкт-Петербург: Издательство СПбГПУ, 2012. – с. 15-16.

³ Оформление шмуцтитлов выполнено Анной Каширских.

трёхстишия сичжо в эпоху средневековья написал: «Хочу, чтобы душа
Была чиста, как лотос».

*Н.В. Халина
С.А. Мансков*

Р
а
з
д
е
л
I

А
Л
Т
А
Й
С
К
А
Я

И
Д
Е
Н
Т
И
Ч
Н
О
С
Т
Ь

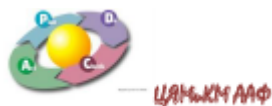
И

К
У
Л
Ь
Т
У
Р
А

А
Л
Т
А
Й
С
К
И
Х

Я
З
Ы
К
О
В





Наталья Васильевна Халина

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИИ: АЛТАЕВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРА АЛТАЙСКИХ ЯЗЫКОВ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы алтайской территориальной идентичности через призму языкового менеджмента, или систему овладения культурой языкового управления и существования в определенных пространственных границах. Формой первичной адаптации к физическим и антропогенным параметрам территории - ее природному и антропологическому ландшафту – признаются герменевтические дескрипции, для алтайских территорий существующие в формате алтаеведения. Культура алтайских языков, составляющая раздел алтаеведения, в ее структурном аспекте раскрывается через характерологические черты корейского языка, в процессе системно-языковой кодификации рассматриваемого в группе алтайских языков.

Ключевые слова: алтаеведение, алтайские языки, маркетинг территории, языковой менеджмент, территориальная идентичность

Khalina Natalya Vasilievna

Altai State University

Institute of Mass Communication Philology and Political Science

Barnaul, Russia

테러리스트 시장: ALTAI LANGUAGE STUDIES AND CULTURE

요약. 이 기사는 언어 관리의 프리즘 또는 특정 공간 경계 내에서 언어 관리 및 존재 문화를 마스터하는 시스템을 통해 알타이 영토 정체성의 문제를 고려합니다. 영토의 물리적, 인위적 매개 변수 (자연 및 인류 학적 경관) 에 대한 주요 적응 형태는 알타이 영토에 존재하는 해석적 설명을 알타이 연구의 형식으로 인식합니다. 알타이 연구의 섹션을 구성하는 알타이 언어의 문화는 구조적 측면에서 한국어의 특징적인 특징을 통해 그룹에서 고려되는 알타이 언어의 시스템 언어 체계화 과정에서 드러납니다.

주요 단어: 알타이 연구, 알타이 언어, 영토 마케팅, 언어 관리, 영토 정체성, 영토의 언어 마케팅.

Система овладения нормами управления и существования в пространственных границах Алтая предполагает формирование «алтайской» культурологической компетенции, обусловленной, прежде всего, геополитическим расположением этой территории [1]. Центральным локусом рассматриваемой территории являются Алтайские горы, или Алтай (монг. Алтайн нуруу, алт. Туулу Алтай — горная земля, южноал. Алтай туулар, казах. Алтай таулары, кит. упр. 阿尔泰山脉, пиньтнь: Ā'ěrtai shānmai, палл.: Аэртай шаньмай), – горная система в Азии, на юге Сибири и в Центральной Азии, состоящая из высокогорных и среднегорных хребтов, разделённых глубокими долинами рек и внутригорными, а также межгорными котловинами.

Географическая территория в пределах Алтайских гор получила название «Большой Алтай», обозначающее интегрированное геокультурное пространство, основной семантической и территориальной скрепой которого являются Алтайские горы.

Создание единого алтайско-азиатского ментального ландшафта, концептуальные структуры которого могут быть использованы при «освоении» новых областей и территорий, основывается на лексических единицах и конструкциях, отражающих алтайскую локальную, или территориальную идентичность. По мнению Грассо, территориальная идентичность заняла значительное место в географическом анализе [2, р.617]. Это объясняется тем, что понятие идентичности относится как к обширному концептуальному пространству феноменологии, так и к пространству стереотипных интерпретаций трансформаций локального масштаба. Кальдо описывает географическую (территориальную) идентичность [3, р. 285] как отношение идентичности, которое связывает сообщество с территорией, на которой оно проживает, или которой оно живет (lived space).

Территориальную идентичность, как считает Фабио Поллисе [4], возможно рассматривать как социокультурный продукт, представляющий собой своего рода «архитектурное украшение», элемент территориальной структуры. В целом, территориальную идентичность можно рассматривать в качестве структурного смысла преобразований в географическом космосе.

Кальдо выдвигает на первый план географическую коннотацию идентичности, делая акцент на связях, которые и создают территорию. Особо в определении Кальдо привлекает lived space – ‘пространство, которым живут’, – демонстрирующем категориальную сложность географической идентичности, с одной стороны, и объясняющем в некоторой степени территориальную неоднородность места проживания коммуницирующей общности. Территориальная идентичность, в понимании Кальдо, интегрирует физический аспект геометрического пространства и социальный параметр пространства отношений (или социальных связей). В этом случае, как полагает Ф. Поллисе, пространство – это не только сценарий человеческой деятельности, но и «представление» человеческой деятельности, что усложняет значение культуры, произведенной, созданной в границах определенной территории. Территория при этом становится пространством, которое представляет собой продукт культурного генезиса, двигателем которого является идентичность как отношение между сообществом и пространством, этим сообществом занятым.

Таким образом, территория рассматривается в качестве части географического пространства, которое отражает данное сообщество и представляет отдельные и коллективные действия сообщества. Отличие специфика категории ‘территория’ от категории ‘географическая среда’ состоит в том, что территория возникает, прибывает из процесса взаимодействия между сообществом и окружающей средой [4]. Следовательно, наиболее приемлемым понятием, которое семантически адекватно отражает процесс идентификации сообществом себя и своего существования в границах определенного географического пространства, является понятие территориальной идентичности. В нем представлено культурное освоение определенной пространственной сферы. Территориальная идентичность производит и ориентирует процессы территориализации, с одной стороны, с другой стороны, акты территориализации усиливают процесс идентификации между сообществом и пространством, которым это сообщество живет. Территории интерпретируются в качестве источника создания значений, которые при своем формировании обуславливают возникновение идентификационных механизмов локальных акторов. Территория как чувство принадлежности становится чувственным, социальным и

символическим продуктом, который представляет основу для ретроспективного исследования пространства и установления возможных тождеств [4].

Согласно позиции П. Л. Гроста [5], два ключевых параметра характеризуют территориальную идентичность: 1) механизм взаимодействия, в котором идентичность играет роль причины и следствия территориальной динамики; 2) интерактивный процесс, помогающий установить синергетическую связь с другими территориальными феноменами. Как считает Г. Вули, именно местные жители являются «ключом» жизнеспособности территории [6], а, следовательно, они и определяют территориальную идентичность.

Маркетинг территории, таким образом, следует рассматривать как управление формированием и поддержанием чувства территориальной идентичности, или чувства места.

Ф. Котлер [7] выделил еще один элемент методологии маркетинга территорий, а именно, возможные направления, стратегии развития, которые необходимо применять в решении задач максимального удовлетворения потребностей жителей территории, поддержания престижа территории и притягательности для внешних потребителей. В качестве таких направлений указываются маркетинг имиджа, маркетинг достопримечательностей, инфраструктурный маркетинг, маркетинг персонала. В соответствии с рассматриваемой концепцией, именно в этих направлениях следует искать уникальные характеристики территорий и формулировать цели их развития [8].

Специалисты, придерживающиеся управленческой концепции, видят в маркетинге, прежде всего, инструмент управления территорией [9]. В.Г. Воронин, Т.Н. Целых обращают внимание на то, что «...маркетинг территории — это осознанная и целенаправленная деятельность по разработке и внедрению комплекса мероприятий, способствующих максимальному удовлетворению социально-экономических интересов территории, а также внешних потребителей, во внимании которых заинтересована территория» [10]

Важной составляющей маркетинга территории должна быть лингвистическая составляющая, в качестве которой может выступать: а) языковой контент территории – языки, которые используются для обеспечения процессов коммуникации населения, проживающего на территории; б) лингвистическая теория территории (*linguistic area theory*) в интерпретации Пражской лингвистической школы, или альтернативная интерпретация лингвистических соответствий в терминологии *Sprachbund*. Что касается территории Алтая, то в лингвистическом плане при характеристике территориальной идентичности интерес представляет Урало-Алтайская языковая классификация, в целом, и в частности, рассмотрение последней в книге «К евразийским лингвистическим изоглоссам: тюркские языки и венгерский язык» [11].

При обсуждении лингвистического сходства, существующего между уральскими и алтайскими языками, начинать надо, как считает Морпурго-Дэвис, с более внимательного исследования индоевропейской генетической языковой семьи [12]. Николай Сергеевич Трубецкой считал, что индоевропейские соответствия является результатом языкового контакта, а не лингвистических генеалогических отношений [13]. Для обоснования этого положения Трубецкой разработал теорию *Sprachbund*, то есть теорию лингвистической области, или лингвистической территории. Теория лингвистической области концептуализирует диффузию структурных признаков через границы языка и языковой семьи в пределах географической территории. Соседние языки в географическом пространстве демонстрируют лексические и грамматические параллели, поскольку между ними существует постоянный,

интенсивный контакт, и эти параллели могут пересекать генетические границы. Ключевыми словами для ареальной лингвистики были не «генетика» и «дерево», а «сеть» и «цепь»/ «цепочка».

Трубецкой полагал, что для объяснения происхождения параллелей между индоевропейскими языками нет необходимости моделировать существование некоторого праязыка – индоевропейского праязыка. Соответствия, согласно концепции Н.С. Трубецкого, могут быть обусловлены постоянными, интенсивными контактами, взаимовлияниями, заимствованиями или смешением языков. Языковая семья, расположенная между двумя другими семействами, может быть интерпретирована в качестве связующего звена в случае, если она разделяет некоторые структурные особенности со своими соседями.

Финский алтаист Юхо Янхунен [14] выдвинул гипотезу о существовании трансевразийского Урало-Алтайского типологического пояса, которая допускает включение в него корейского и японского языков.

Вацлав Блажек с соавторами в монографии «Алтайские языки: история исследования, обзор, классификация и эскиз компаративной грамматики» [15] предлагает своего рода когнитивный образ алтайских языков и корейско-японского альянса, создающийся в результате анализа алтайских языков в различных исследованиях. Из предложенных В. Блажеком и его коллегами диаграмм генезиса алтайских языков мы отобрали модели Поппа (1960) [16, 17], Стрита (1962) [18], Роббитца и Боукаэрта (2017) [19].

Николас Попп – автор качественной модели, которая выражает *communis opinio* классической концепции алтайских языков, основывающейся на идеях Рамстедта (см. рис. 1):

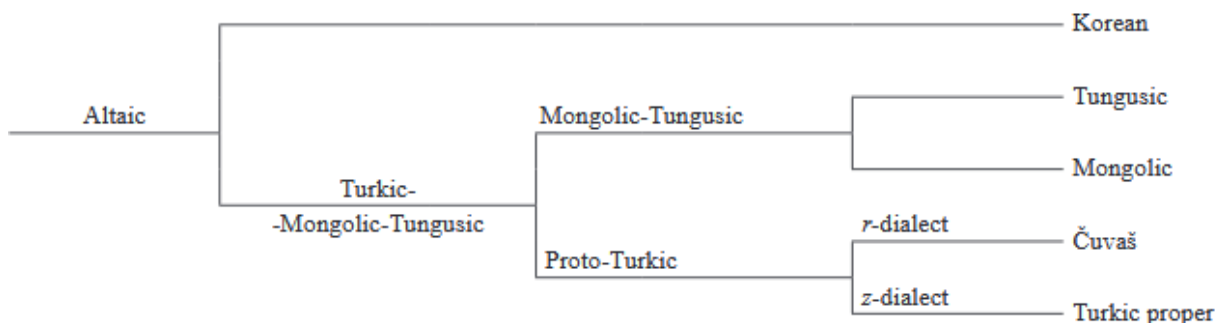


Рис. 1. Модель классического периода исследования генезиса алтайских языков (Попп, 1960). Источник: Václav Blažek Michal Schwarz and Ondřej Srba, 2019.

Джон Стрит в диаграмму Поппа (см. рис. 2) добавляет японский и без каких-либо комментариев также Айнуну, что становится основанием для введения корректировок в определение базового элемента структурной схемы – диаграммы, в качестве которого предлагается рассматривать протосевероазиатский язык, дающий начало протоалтайскому языку, распадающемуся, в свою очередь, на две группы: 1) группу X, включающую язык айну, японский и корейский языки; 2) группу протоалтайских языков, подразделяющуюся на протовостоазиатский и протозападноазиатский классы языков. Протовостоазиатский класс включает тунгусские и монгольские языки, а протозападноазиатский класс – чувашские и тюркские языки.

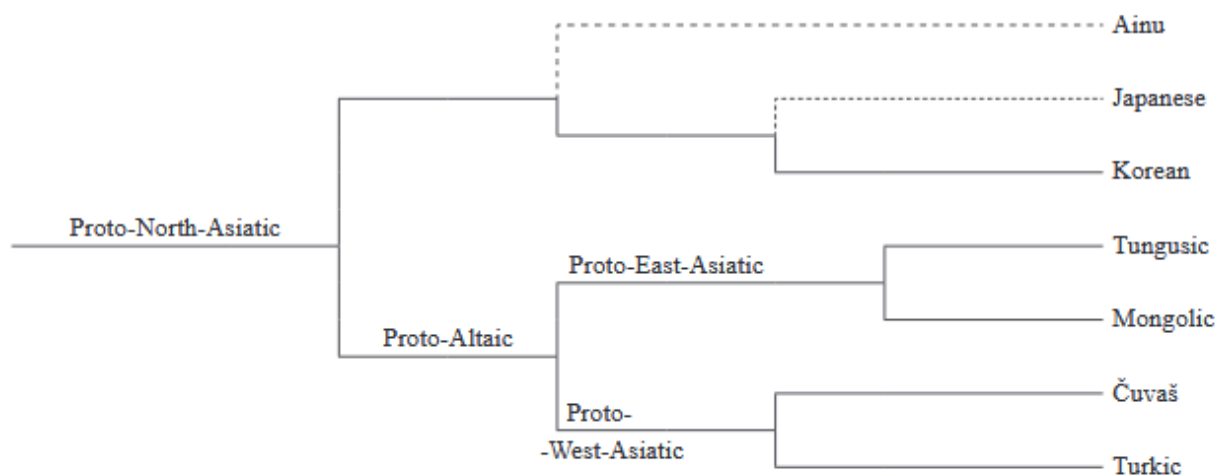


Рис. 2. Протосеверноазиатская модель классификации языков Дж. Стрита. Источник: Vbclav Blažek Michal Schwarz and Ondřej Srba, 2019

Наиболее поздняя модель дифференциации алтайских языков была предложена в 2017 году Роббитцом и Букаэртом [19]. Эта топология согласуется с моделью, построенной на основе данных European Database of Asylum Law (см. рис. 3). Базовым элементом модели является трансевразийское единство языков, которое распадается на две группы: 1) группу X, включающую японский и корейский языки; 2) группу алтайских языков, включающую тунгусские, монгольские и тюркские языки

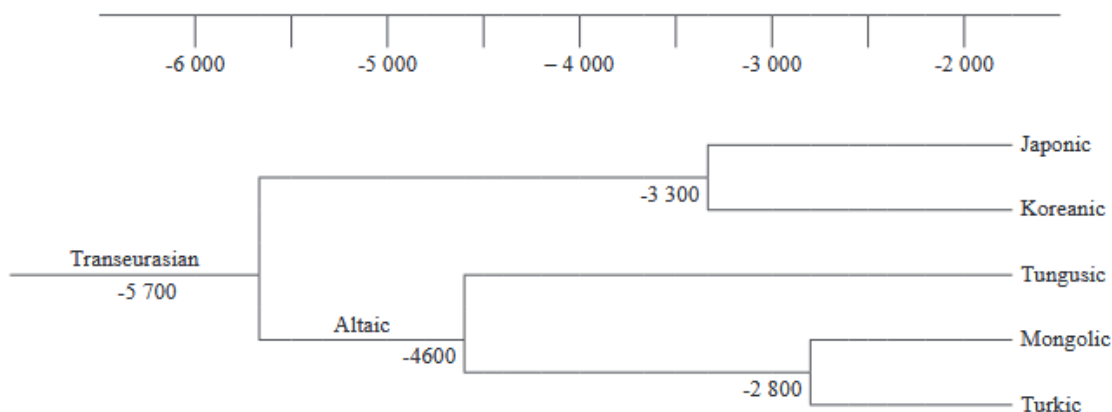


Рис. 3. Трансевразийская модель классификации языков Роббитцом и Букаэртом. Источник: Vbclav Blažek Michal Schwarz and Ondřej Srba, 2019

Словесное воплощение физиологии исторической жизни Алтая закреплено в алтайском тексте, содержащем и воспроизводящем узор-структуру духа жителя Алтая [20]. Текст, в этом случае, «должен рассматриваться в качестве события, в основе которого как разновидности движения лежит энергия сущности мира – энергия «самомыслящая, энергия Ума, мышление мышления» [21, с.67-80]. Энергия сущности мира преобразуется в строевые и деривационные единицы алтайской коммуникативной рациональности, представленной через систему алтайских языков.

Алтайская теория утверждает, что тюркский, монгольский, тунгусский и корейский (в самых последних научных концепциях и японский язык) более тесно генетически связаны друг с другом языки, чем с любой другой языковой семьей, известной в настоящее время [22]. Уместным является рассмотрение тюркских, монгольских и тунгусских языков как

"микроалтайских", а, при добавлении к этим языкам корейского и японского как "макроалтайских".

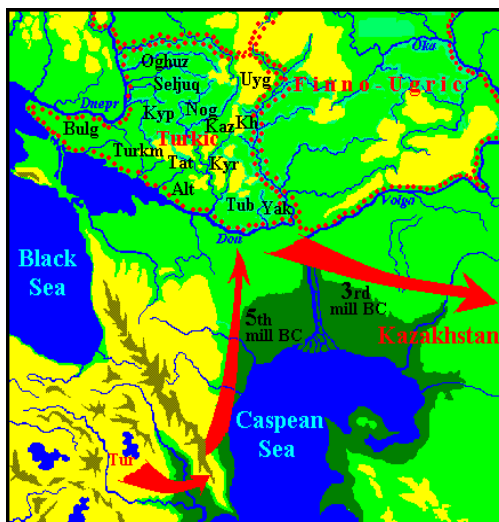


Рис. 4. Пути миграции тюркских племен. Источник: The Altaic languages <http://alterling2.narod.ru/English/Mongol.html> [23]

Принципиально важным аспектом в оформлении «алтаистской» позиции некоторых ученых становится лидирующим мотив контактирования языков, а не их происхождения от единого знаково-когнитивного комплекса, при обосновании факта существования альянса алтайских языков и соответствующих языковых культур. Пути миграции тюркских племен (см. рис. 4) приблизительно очерчивают ареал распространения тюркских языков и их расширенного употребления по мере установления новых коммуникативных и культурных контактов.



Рис 5. Карта районов расселения алтайцев (алтайского расселения) в период формирования отдельных языков. The map of Altaic settlement areas at the time of the forming of particular languages. The Altaic languages <http://alterling2.narod.ru/English/Mongol.html> [23]

Карта районов расселения алтайцев в период формирования отдельных языков (см. рис.5) формирует знание о том, что языковая система и собственно языковой менеджмент -

это не только система знаковой коммуникации и система приемов управления социальными отношениями через выстраивание знаковых последовательностей, но и форма установления территориальной идентичности, виртуальная технология управления территорией и установления границ, границ особого типа, сопоставимых с кохомологиями, или, в топологии, «границ их границ», выявляющие топологические структуры динамики языка. «Топологические структуры динамики сосредотачивают внимание исследователей на формообразующих и самовоспроизводящих факторах не только языковой системы, но и коммуникативной общности, пользующейся ею» [24, с.165]. Кохомологии алтайских языков возможно сопоставить с символами, одновременно означающими результаты деятельности коллективного сознания языковой общности и результаты деятельности практического интеллекта представителя этой языковой общности. Деятельность коллективного сознания направлена на поиски знания, деятельность единичного представителя общности – на обретение истины, позволяющей сигнифицировать смыслы обыденной коммуникации.

Видимо, актуальной для характеристики алтайских языков является идея Л. Вайсгербера о языковом познании, связанном с языковой способностью, составной частью которой является способность схватить с помощью признаков явления [25].

Джералд Клаусон [26], отталкиваясь от предположения о существовании алтайской языковой семьи, в которую входят тюркский, монгольский и тунгусский языки, берущей начало от утраченного алтайского или протоалтайского языка, приходит к заключению о том, что общность лексического материала в языках объясняется не существованием общего языкового «предка», а имеющим место между этими языками длительным и сложным процессом обмена. Особенно это касается тюркского языка, которому отказывается в наличии генетических связей хотя бы с одним из представленных языков. Таким образом, создаются предпосылки для утверждения, что этническая общность, объединяемая номинацией «алтайские языки» представляет собой результат коммуникационного маркетинга этносов, использующих одну и ту же территорию для материального и виртуального (семантического) воспроизводства.

Пространственное моделирование взаимосвязей пользователей тюркских, тунгусских, монгольских, японского и корейского языков в пространстве виртуальных коммуникаций (см. рис.6) позволяет сконструировать сферическую модель, которая и дефинируется как «алтайские языки».

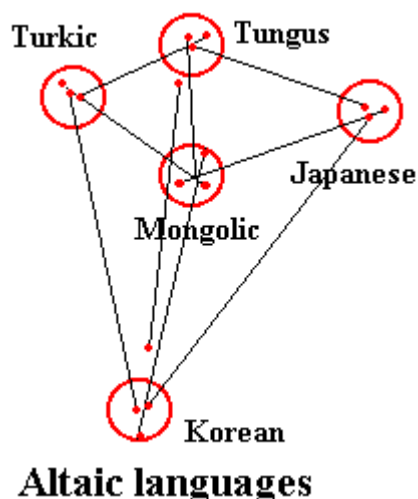


Рис. 6. Графическая модель алтайских языков (тюркский, монгольский, тунгусский, японский, корейский языки). Источник: The Altaic languages <http://alterling2.narod.ru/English/Mongol.html> [23]

Моделирование системы связей тюркских, тунгусских, монгольских, японского и корейского языков демонстрирует, прежде всего, принцип сетевого взаимодействия между коммуникативными культурами этносов (сильные связи), поддерживаемого

языковыми контактами (слабые связи). В развитие этой концепции возможно предположить, что система территориального коммуникационного маркетинга «алтайские языки» представляет собой систему семантических правил производства сообщений, в стержне концепции идеологии Э. Верона. Эта система правил производства сообщений передается посредством коммуникативного измерения коннотаций: соответственно «тюркской», «монгольской», «тунгусской», «японской», «корейской» коннотациям.

В этом плане алтаеведение следует рассматривать в качестве интерпретационной системы, «работающей» с «алтайскими языками» как текстовой системой когомологий, в которой конструируются концептуальные каркасы системы номадологических знаний, необходимых для построения адекватного синхронному коммуникационному процессу модуса реальности.

«Язык в текстовых когомологиях обретает статус процесса, позволяющего поведенческому организму приспособлять систему своих действий, прежде всего, эмоциональных и интеллектуальных, к изменяющимся обстоятельствам жизни» [24, с.166].

Включение исследования алтайских языков в структуру алтаеведения позволяет при исследовании истории места рассматривать алтайские языки в качестве особой семантической системы, влияющей на конфигурацию расположения этносов, границ их размещения, в границах определенной территории, имеющей индивидуальный когнитивный контур, языковую систему – систему правил производства коннотаций в соответствии с требованиями коммуникационного маркетинга территории.

Библиографический список

1. Халина Н. В., Чжан Нань. Мотив Большого Алтая в формировании культурной компетенции при изучении русского языка как иностранного на территории Алтая: Черный Алтай, Белый Алтай, Голубой Алтай// *Онтологическая безопасность алтайско-азиатского фронта: актуальные проблемы транснациональных медиаисследований. Выпуск 1: сборник статей по итогам проведения I Международной научно-практической конференции «Онтологическая безопасность алтайско-азиатского фронта: актуальные проблемы транснациональных медиа-исследований»* (Барнаул, 23-25 октября 2019) / под ред. С.А. Манскова и Н.В. Халиной – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2019. – С.176-185.
2. Grasso A. Note sul concetto di identita territorial. *Bollettino della Societa Geografica Italiana*, n. 3, 1998. – p, 671.
3. Caldo C. *Geografia Umana*, Palumbo, Firenze. ., 1996.
4. Pollice F. The role of territorial identity in local development processes. *Proceedings of the Conference The Cultural Turn in Geography*, 8–20.09.2003, Gorizia Campus: 107–117.
5. Crosta P.L., *Politiche. Quale conoscenze per l'azione territoriale*, F. Angeli, Milano. 1998.
6. Wooley, H. Town centre management awareness: an aid to developing young people's citizenship // *Cities*. 2000. Vol. 17. – pp. 453–459.
7. Kotler, F. Jatusripitak, S. Maescincee, S. *The marketing of nations: a strategic approach to buiding national wealth.* — New York: Free Press, 1997. — 451 p
8. Котлер Ф. Асплунд К. Рейн И. Хайдер Д. *Маркетинг.* — СПб.: Стокгольм. шк. экономики, 2005. — 376 с

9. Функе У. Методологические основы разработки городской концепции // Евроград. — 1998. — № 10., с. 48–53.
10. Воронин В.Г., Целы Т.Н. Маркетинг территории: теоретические подходы. //Проблемы современной экономики, N 4 (40), 2011. – с.236-238
11. Towards Eurasian Linguistic Isoglosses: the Case of Turkic and Hungarian by Dr. László Marác (International Turkic Academy, Astana, 2015. 384 p.
12. Morpurgo-Davies A. Nineteenth-century Linguistics, History of Linguistics, Vol. IV, ed. Giulio Lepschy, Longman, London. . 1998/
13. Trubetzkoy N.S. Gedanken über das Indogermanenproblem, Acta Linguistica 1, 1939. P. 81-89.
14. Janhunen, Juha 2014. Ural-Altaiс. The polygenetic origins of nominal morphology in the Transeurasian zone. In: Paradigm change in the Transeurasian languages and beyond, ed. by Robbeets, Martine & Bisang, Walter. Amsterdam: Benjamins (Studies in Language Companion Series 161). – pp. 311–335.
15. Blažek V. , Schwarz M., Srba O. Altaic Languages. History of research, survey, classification and a sketch of comparative grammar. Masaryk University Press Brno 2019. – 358 p.
16. Poppe N. Vergleichende Grammatik der altaischen Sprachen: Teil I: Vergleichende Lautlehre. Wiesbaden: Harrassowitz (Porta linguarum orientalium, NS Band 4). 1960.
17. Poppe N. Buriat Grammar. Bloomington: Indiana University (Indiana University Publications, Uralic and Altaic Series 2) / Richmond: Curzon (Research and Studies in Uralic and Altaic Languages / American Council of Learned Societies. Research and Studies in Uralic and Altaic Languages / American Council of Learned Societies, 2). 1960/1997.
18. Street J. C. Review of Poppe 1960// Language. 1962. – 38/1. – pp. 92–98.
19. Robbeets M. I., Bouckaert R.. Bayesian phylolinguistics reveals the internal structure of the Transeurasian family// Journal of Language Evolution, 2018. – pp. 145–162.
20. Халина Н. В., Чжан Нань. Алтайский текст как когнитивно-сетевая метафора трансграничного региона // Онтологическая безопасность алтайско-азиатского фронта: актуальные проблемы транснациональных медиаисследований. Выпуск 1 [Текст] : сборник статей по итогам проведения I Международной научно-практической конференции «Онтологическая безопасность алтайско-азиатского фронта: актуальные проблемы транснациональных медиа-исследований» (Барнаул, 23-25 октября 2019) / под ред. С.А. Манскова и Н.В. Халиной – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2019. – С.45-54
21. Халина Н.В. Имперская идея в алтайском тексте (На материале произведений Г. Д. Гребенщикова) //Алтайский текст в русской культуре: Материалы научного семинара «Алтайский текст в русской литературе второй половины XIX – начала XX вв.. – Вып. 1. / Под ред. Т.Г. Черняевой. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2002. – С.67-80/
22. Georg S., Michalove P. A., Ramer A. M., Sidwell P. J. Telling general linguists about Altaic // J. Linguistics 35 (1998) Printed in the United Kingdom. Cambridge University Press. – pp. 65-98.
23. The Altaic language. Электронный ресурс – URL: <http://alterling2.narod.ru/English/Mongol.html> (дата обращения 13.12.2020).
24. Халина Н. В. Эпистемология В. М. Шукшина [Текст] : монография / Н.В. Халина, В.С. Белоусова. — Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2014.– 229 с.

25. Вайсгербер Й. Л. Родной язык и формирование духа. Изд. 2-е, испр. и доп.: М.: Едиториал УРСС Год: 2004 – 232 с.
26. Clauson G. Studies in Turkic and Mongolic linguistics. London, New York, 2000. – 312 p.

Natalya Vasilievna Khalina
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia

TERRITORY MARKETING: ALTAI LANGUAGE STUDIES AND CULTURE

Annotation. The article considers the issues of Altai territorial identity through the prism of language management, or the system of mastering the culture of language management and existence within certain spatial boundaries. The form of primary adaptation to the physical and anthropogenic parameters of the territory - its natural and anthropological landscape - recognizes hermeneutic descriptions that exist for Altai territories in the format of altaevanism. The culture of Altai languages, which constitutes the section of Altai studies, in its structural aspect is revealed through the characterological features of the Korean language, in the process of system-language codification of the Altai languages considered in the group.

Key words: Altai studies, Altai languages, territory marketing, language management, territorial identity, linguistic marketing of the territory

Сырга Валерьевна Анчина
НИИ алтаистики им. С. С. Суразакова
Россия, Горно-Алтайск

ОБЩИЕ ПРИЗНАКИ АЛТАЙСКОЙ И КОРЕЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация. В настоящей статье рассматриваются общие признаки традиционных игр алтайцев и корейцев. Проанализировано значение игр и выявлены их основные черты. Показана роль определенных игр в жизни корейцев и алтайцев.

Ключевые слова: традиционные игры, алтайская культура, корейская культура.

Syrga Valerievna Anchina
Research Institute
Altaistics named after S.S. Surazakova
Gorno-Altaysk, Russia

ALTAI와 KOREAN CULTURE의 일반 자료

요약. 이 기사는 전통적인 알타이와 한국 게임의 공통 기능에 대해 설명합니다. 게임의 중요성을 분석하고 주요 기능을 식별했습니다. 한국인과 알타이의 삶에서 특정 게임의 역할이 보여집니다.

키워드: 전통 게임, 알타이 문화, 한국 문화.

Traditional games are the reflection of an ethnos, both in culture and in the history of its development. They show the nation culture and mentality. Games have always performed a number of functions: educational, ritual, spectacular-aesthetic and military-sports, and each game had a value.

Altai is the ancestral home of many nations, including Koreans. Koreans, as a nation, were formed as a result of living movement over a long history of continuous change. Today, as a result of an active study of the past, many traces of northern nomadic peoples have been discovered, driving horses across the steppes of the Altai cultural space, dormant in the original Korean culture. Many research data show that the spirit of the steppe culture of the North, covering the vast spaces between Europe and northeast Asia, reaches the Korean Peninsula.

Despite the different historical paths of development, Altaians and Koreans have the same cultural features. On the one hand, these two cultures are very different, but on the other hand, they have a lot in common. For example, among the traditional games we can select the game in the shuttle, fighting and playing with pebbles.

The shuttlecock game is a very popular Asian game. It has an ancient history and is spread throughout all parts of Asia. Each nation calls this game in its own way, but all have the same meaning - "stuffing the shuttlecock." So, in China - "Jianzy", in Korea - "chegi-chagi", in Japan - "kebane", in Altai - "tebek".

The alleged birthplace of these games is China. The father of "chegi-chag" is "tsuju", an ancient Chinese ball game reminiscent of modern football. This game was used as a fitness training for the military and became very popular among all the inhabitants of the country during the Han era. From this game, "tsuju", the "jianzy", "chegi-chagi" and, possibly, "tebek" originated.

The shuttlecock game has a magical meaning: stuffing up - the arrival of a new year, and when the shuttlecock falls down - the departure of the old, therefore this game is played mainly on Lunar New Year ("Seollal" - in Korea, "Chaga-Bairam" - in Altai, "Chunjie" - in China).

In this game, players aim to keep the shuttle in the air using their body, but without using their hands. With the inner side of the foot of one leg, or alternately changing legs, he is thrown up. The main condition is not to drop it to the ground. Whoever takes a lot of punches wins. They also play in a large open area, and the object of the game is a thing that looks like a shuttlecock.

Every nation's shuttlecock is made of various objects, for example, Koreans make it from "Hanqi" - Korean paper and "yopchon" - a coin with a hole in the middle; the Chinese use four feathers fixed in a rubber sole or in a plastic disc. Some shuttlecocks are made from a washer or a coin with a hole in the center. Altaians make the shuttlecock from a lead button, with an attached wool tail. These finely chopped strands, feathers and ponytails of wool that are attached to the shuttlecock ends help keep balance.

Although the game object is the same, the rules - differ. In the Altai, if they play together, the one who made the most strikes wins and if in a circle, few people, the person who dropped the shuttle is out of the game. The eliminated player can return to the game only by catching the shuttlecock. He tosses the ball to the winner, who can kick the shuttle however he wants, and the eliminated player must catch the shuttle to return to play.

Altaians and Koreans play this game on national holidays in modern times. For example, Altai people play tebek in El-Oyyn, an interregional national holiday with sports competitions which is held every two years. The Koreans, in turn, introduced this game into the physical education program at school for the 3rd and 4th grades, because the game, like

all other traditional games, is losing its popularity, and in order to preserve and educate the new generation, the government made this decision in 2000.

"Chegi-chagi" in comparison with "tebek" has many types and different ways of playing the game. For example, "chegi-chagi", like the "jianzy", can be played through the net, dividing into two teams of 3 or 5 people. The game rules are like football. Another way to play "chegi-chagi" is called "mulchiki": the player kicks the shuttlecock and must catch it with his mouth.

The variants of the game "tebek" is not very different from the classic game: they throw the "tebek" with the foot back or alternately with the inside. The loser is "punished" as follows: he throws "tebek" to the winner's leg, the latter throws him to the side with his foot. In this way, you can "punish" the loser as many times as he lost points. If the loser catches the tebek with his hand, the punishment stops, and if he catches the "tebek" with his foot, then throws it up three times, the winner is considered to be defeated, and the "punishment" on the remaining points is transferred to him.⁴

These games are good for health. For example, they prevent obesity and increase leg muscle strength. They also improve the reaction to speed, concentration, and improve tolerance and endurance. In addition, in the Joseon era, "chegi-chagi" was used to train soldiers: to improve speed and endurance.

It is worth noting the similarity of outdoor games "kongi-nori" (playing with stones) and "kazhyk" (playing with bones), which are very popular in Korea and Altai. The principle of these games is the same: you need to throw an object (stone or bone) and at the same time pick up another object from the ground and grab the first one in the air. Thus, you need to collect all the objects (stones or bones), and points are counted by their number.

Despite the similarity, they also have some differences. For example, in "kongi-nori" the player throws stones on the ground. He tries to throw them so that they lay as close to each other as possible. Then he picks up one stone, throws it up. Following this, the player picks up a second stone. He holds it in his hand and catches the first stone on the fly. So the player has two stones in his hand. He tosses one of them again and at this time takes the third stone. So he continues to throw stones until he has 5 stones in his hand. In the second part of the game, the player during the flight of the first stone must pick up two stones from the ground. At the next stage - 3 stones, then - 4. As a result, the player throws all 5 stones into the air and tries to catch with the back of his hand. How many stones he caught, so many points are counted to him. The one who scored the most points wins.

In the game "kazhyk", in the first, the player holds the bones in a handful, then throws up and catches them with the back of his hand. According to how many bones were kept in the palm, glasses are considered. Then the remaining bones are thrown up and caught again. If the player catches these bones with his palms up, the number of points is counted as the number of bones he caught. If he catches bones in the air (from top to bottom), the score goes to tens, i.e. if he caught three bones, he has thirty points. In the case when the player, throwing up the bone, picks up the bone lying on the ground and with the same hand manages to catch the falling bone in the air (from top to bottom), then the count goes to hundreds. Those who catch two dice in this way scores two hundred points. The winner is the one with the most points.

These games have developmental value, especially they are useful in the fingers development, hand joints, hand muscles, finger flexibility. Without requiring a lot of

⁴ Oynoshev V. P. National altain's games. Gorno-Altaysk, 2015.

physical exertion, it improves the movements coordination of the hands and eyes, promotes speed of reaction.

Traditional games are an important human cultural heritage, rooted in the historical fate depths of both ethnic groups and all of humanity.

Thus, it follows from this that the worldview of these two nations, Altaians and Koreans, is the same they led almost the same way of life, which proves their relationship.

Despite the fact that these nations live in different parts of the world, and have followed different historical paths, they have common features in their cultures. And this proves that once they were part of one whole culture and for some reason split up. But even in spite of the division, in modern culture it is possible to identify the reflection of common characteristics.

References

1. Народные игры алтайцев / Сост. В.П. Ойношев. – Горно-Алтайск: Полиграфика, 2015. – 144 с.
2. Lim Kyung Soon. Understanding Korean culture for Korean language & cultural education [한국의의생활문화] / Lim K.S. – Korea, 2009.
3. 남 기심. «우리 문화 길라잡이: 한국인이 꼭 알아야 할 전통 문화 233 가지 », 2002.

Syrge Valerievna Anchina
Research Institute
Altaistics named after S.S. Surazakova
Gorno-Altaysk, Russia

GENERAL SIGNS OF ALTAI AND KOREAN CULTURE

Annotation. This article discusses common features of traditional Altai and Korean games. The significance of the games was analyzed and their main features were identified. The role of certain games in the life of Koreans and Altai is shown.

Keywords: Traditional games, Altai culture, Korean culture.

Татьяна Юрьевна Авдеева
директор Центра обучения Восточных
и Европейских Языков ЭЛИТ

REGIONAL IDENTITY OF JAPANESE PEOPLE

Аннотация: Исследовательские подходы к политической, культурной и региональной идентичности, которые не ограничиваются рассмотрением состояния массового сознания и институциональным анализом. Не полагаясь без необходимости на индивидуалистические или коллективистские ценности, не подчеркивая ни доверия, ни его отсутствия, японская политическая культура трансформируется под влиянием эндогенных и экзогенных факторов. Анализ специфики феномена доверия и доминирования ценностей группизма не даёт полной и адекватной картины

японской политической культуры и её самобытности. В исследовании область концептуализации включает такие факторы, как историческое повествование, историческая память, политические мифы, идентичность, политическая коммуникация, понятия легитимности, которые не менее важны, чем такие факторы, как дизайн политической системы и конкретные взаимоотношения политических сил.

Ключевые слова: региональная идентичность, японский народ, историческая память, историческое повествование, политическая коммуникация.

T.Yu. Avdeeva

Director of Language Center

of Eastern and European Languages ELITE

REGIONAL IDENTITY OF JAPANESE PEOPLE

타티아나 유리 예나아베 에바

동양 학습 센터 소장 유럽 엘리트 언어

의미: 이 연구는 대중 의식과 제도적 분석의 상태를 고려하는 것으로 제한되지 않는 정치적, 문화적, 지역적 정체성에 접근합니다. 개인주의 나 집단주의 가치에 불필요하게 의존하지 않고 신뢰도 부재를 강조하지 않고 일본 정치 문화는 내인성 및 외인성 요인의 영향으로 변화합니다. 집단주의 가치에 대한 신뢰와 지배 현상의 세부 사항을 분석한다고해서 일본 정치 문화와 그 정체성에 대한 완전하고 적절한 그림은 아닙니다. 이 연구에서 개념화 분야에는 역사적 이야기, 역사적 기억, 정치 신화, 정체성, 정치적 의사 소통, 정당성 개념과 같은 요소가 포함되는데, 이는 정치 시스템의 설계 및 정치 세력의 특정 관계와 같은 요소보다 중요하지 않습니다.

주요 단어: 지역 정체성, 일본인, 역사적 기억, 역사적 이야기, 정치적 의사 소통.

Since the end of the XIX century. the attention of researchers attracts the difference between non-Western matrices of political identity and Western ones. The problem is at the intersection of sociology and political science. The purpose of this article is to identify the specifics of political identity in Japan on the basis of opinion polls over the past 20 years, the data of which are analyzed taking into account the peculiarities of the national political system and political culture of this country [5]. The focus of the authors of the Japanese idea of the image of Japan, the most important political tasks and preferred forms of government; attitude to the institutions of power, as well as the characteristics of the subjectivity of society. The article uses a combination of sociological methods for analyzing public opinion polls, a historical and cultural approach, as well as the method of "deconstruction," which involves the definition of the main concepts, narratives, myths and other forms of discourse that have been transformed into elements of political identity or have had and continue to influence its evolution. Analyzing opinion polls, the authors show that traditions continue to play a significant role in the formation of the configuration of the political identity of the Japanese, defining such features as the trust in the patronage of sympathetic and trustworthy representatives of the political class, the expectation of social protection by the government, a high degree of national unity, support for the state as the main political subject and a low level of individual partisanship. Such specificity is determined by the desire in the context of the nonlinear dynamics of socio-political transformations to rely on the paternalism of the authorities and other traditions.

Globalization and national identity are two separate but important concepts in contemporary sociology; however, neither is well grounded. There is little consensus. Yet we need to establish a foundation for talking about globalization and national identity and the relationship between them. By reviewing literature, this paper presents many sides of the related controversies [2]. Globalization can be interpreted from many different perspectives: economic, social, psychological, political, even philosophical. There is little argument that globalization is now a major characteristic of our daily lives. Identity had its beginnings in psychology and was then superimposed upon social systems, thereby explicating local, regional and national identities: Who are we? We are like those people, but unlike those other people. When considering complex concepts, we need to ask appropriate questions of both parents and their children (due to socialization). In the research study described in this paper, two sample data sets from Japan were used (N = 2,164), both employing an identical questionnaire: (a) a nationwide survey of parents and their children aged 15 through 17; and (b) a nationwide survey of adults. The two stage stratified sampling method was used. The study revealed that Japanese children had more positive and open-minded attitudes toward “others” than did their parents and older adult groups. One's generation has an important impact on national identity among the Japanese. The findings also indicate that Japan is not a nation-state in which national identity plays a particularly significant role. The study also suggested numerous opportunities for future research [3].

Japan and many of its observers have avoided the confusion and contention associated with diversity by assuming, asserting and elaborating a monolithic, monoethnic Japan that jostles uncomfortably with the melange of peoples who populate the archipelago. In teaching Japanese university students for nearly 14 years, I have been struck by the implicit assumption of uniformity that informs discourse on race in Japan. Indeed, the issues of race and ethnicity are often discussed, with no trace of envy, as something only other countries have.

The daily diversity encountered in Japan is extraordinary if one is expecting uniformity and hard to reconcile with popular perceptions. The well-heeled “gaijin” ghetto of Hiroo is only a short clamber from the little Korea off Azabu Juban. The denizens of Roppongi, Harajuku and Ueno would be as surprised as the revelers of Komoro to learn that Japan is only home to the Japanese. The author opens with the wry observation, “If the dominant view of modern Japanese society were correct, then ‘Multiethnic Japan’ would be either an oxymoron or an occasion for a very short essay.” [1]

In crafting the myth of monoethnicity, ethnic groups such as the Ainu, Okinawans, “burakumin,” Koreans and Chinese, constituting some 4-6 million people out of a population of 125 million, are swept under the national tatami. But how can implausible claims of monoethnicity be sustained in the face of the evident diversity and growing assertiveness of previously silenced minorities? Why is it that the fundamental forces that shaped modern Japan and turned it into a multiethnic society are so resolutely denied? What drives a powerful ethno-nationalism that seeks to suppress ethnic heterogeneity and cultural hybridity? These and other important questions lie at the heart of this excellent study on the ideology of Japanese identity.

We encounter with Japanese from all walks of life suggest a dogged insistence on Japan's ethnic homogeneity despite mounds of evidence to the contrary.

A lot of work and interviews taken, provide a unique and refreshingly personal perspective on ethnic “others” in a society that prefers not to recognize such anomalies. It shows fortunate indeed to have such a perceptive and entertaining guide to contemporary Japan who fearlessly blasts those who have sustained facile generalizations about a country.

We can have an eye for both the ignorance and ironies common in race discourse. In interviewing some Japanese about why they don't like weekly gatherings of Iranian workers in certain parts of town, it can be noted the way respondents inadvertently cited negative stereotypes often ascribed to the Japanese themselves. For example, the Iranians have what is seen to be an annoying penchant to hang out together and always do things as a group!

In surveying Japanese pop culture, it serves up a version of Japan that compellingly challenges prevailing stereotypes. Ranging widely and intriguingly from stars to food and games to "manga," "Multiethnic Japan" exposes the rich hybridity that lurks beneath the polished veneer of uniformity. The unraveling of what is "authentic" or "pure" in a country often obsessed by such labels delivers humorous and revealing insights.

The arrival of large numbers of foreign workers in the 1980s triggered a debate about their role, and human rights, in Japan. This debate has only intensified given calls from Keidanren and other business organizations and the United Nations for liberalization of immigration as a panacea. These groups see an influx of foreigners as a means to recapture economic dynamism and solve the looming labor shortage, rapid aging of society and the attendant problem of too many retiree pensions supported by too few workers. They may be right, but social realities featured here should temper optimism about how such an influx will be accommodated.

One can examine the link between race and class that mediates the different Japans that different groups of foreigners encounter. Privileged whites do not share a common experience with itinerant foreign workers from Asia who are here to dig the ditches and service the sex sector. And long-term resident minorities in Japan have their own special woes. He observes that,

"The informal labor market in the early 1990s expressed an ethnic hierarchy with Japanese workers at the top, older Korean and burakumin workers in the middle, and the new migrant workers at the bottom, thereby reconstructing the ethnic hierarchy of the Greater East Asian Coprosperity Sphere." Pan Asianism then and now was based on the harnessing of other Asians for the benefit of Japan.

Japanese imperialism bequeathed a legacy of diversity that haunts contemporary Japan. In 1945 alone, 2.3 million Koreans migrated to Japan to work in the war industries. During the Japanese colonial era, stretching from 1895 to 1945, an empire of diverse peoples was forged in Asia. "The Japanese empire was, like all empires, multiethnic. Imperial expansion was accompanied by the influx of colonized people into the Japanese archipelago." At this time the Japanese empire was conceived by Japan as an extended family based on the concept of "gozoku kyowa" (the cooperation of five ethnic groups) and Manchuria was where Han Chinese, Manchurians, Mongolians, Japanese and Koreans lived in an imagined harmony [4].

The nexus of race and empire formed a Japanese identity imbued with Pan Asian paternalism and social Darwinist condescension. According to Lie, "Japanese ethnonational identity became crystallized in encounters with the colonized others. Simultaneously, Japanese colonialism accentuated, if not generated, the Japanese sense of superiority over the colonized population."

State-making and nationalism were the basis for national integration; the creation of the modern Japanese state at the time of the Meiji Restoration (1868) required the creation of "Japanese." It is at this time that the Emperor, imperialism, patriotism and national identity became conflated in a caldron of national chauvinism. As the Empire expanded, Japan, like other colonizers, embraced a self-deluding superiority that permitted a hierarchical multiethnicity articulated via the metaphor of family with Japan as patriarch. The notion of "hakko ichiu" ("eight corners of the world under one roof," i.e. under the

Emperor) was imbued with the assumption of multiethnicity based on recognition of proper place in the hierarchy of the assembled races.

It is likely to argue persuasively that it is the collapse of empire that fundamentally altered racial discourse in Japan. He writes, "Because the empire was equated with multiethnicity, the condemnation of the one led to the condemnation of the other." This created a social context that proved fertile ground for nurturing a monoethnic identity that responded to the strains of rapid modernization and deracination associated with Japan's postwar economic miracle. A reassuring monolithic "we" was propagated that "... resonated well with the new nationalism born of prosperity."

A postwar identity was nurtured that broke with the eclectic and accommodating Pan Asianism embraced in the first four decades of the 20th century. Japan became a more homogeneous nation with the ebbing of domestic regional diversity due to mass migration to the cities and a condescending mass media that asserted a Tokyo-defined cultural imperialism. In addition, the apparent decline of status hierarchies and the unifying self-identification with the middle class by some 90 percent of Japanese made it increasingly plausible to assert a cultural homogeneity antithetical to the recognition of multiethnicity.

Even though monoethnic Japan is a post-World War II construct responding to the need to repudiate an expansionist past and shore up a battered sense of identity, "The recent vintage of monoethnic ideology does not prevent the imagined present from transforming the misty past in its image. Nationalist historiography and the nationalist imagination impose a vision of Japan that has been monoethnic from the beginning to the present." It is intelligently honed insights such as this that make "Multiethnic Japan" a delight to read and earn it a place in the must-read list.

References:

Web Sites

1. <https://www.japantimes.co.jp/culture>
2. <https://education.japantimes.co.jp>
3. www.researchgate.net
4. https://wikiz.org/en/Japanese_people
5. Чугров С.В., Карелова Л.Б., Специфика и основные тренды политической идентичности японцев: по материалам опросов общественного мнения 1998-2019 гг.// Социологический журнал. – Том 25.– № 4. –. 2019. – С. 142-162.

T.Yu. Avdeeva

Director of Language Center
of Eastern and European Languages ELITE
REGIONAL IDENTITY OF JAPANESE PEOPLE

Annotation: The research approaches to political, cultural and regional identity that is not limited to considering the state of mass consciousness and institutional analysis. Not relying unnecessarily on individualistic or collectivist values, neither emphasizing trust nor its absence, Japanese political culture is transformed under the influence of endogenous and exogenous factors. The analysis of the specifics of the phenomenon of trust and dominance of the values of groupism does not give a complete and adequate picture of Japanese political culture and its identity. In the study, the conceptualization field includes factors

such as historical narrative, historical memory, political myths, identity, political communication, notions of legitimacy, which are no less important than factors such as the design of the political system and the specific relationship of political forces.

Key words: regional identity, Japanese people, historical memory, historical narrative, political communication.

Юлия Игоревна Злобина

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций, филологии и политологии

Барнаул, Россия

**РЕГИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ПОЭЗИИ А. ПАКА В РАМКАХ
ГЕОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА АЛТАЯ (НА МАТЕРИАЛЕ СБОРНИКА
«ИЕРОГЛИФ ОДИНОЧЕСТВА»)**

Аннотация. В статье конкретизируется теоретическое осмысление понятия «региональная идентичность»; выделяются несколько подходов к его определению, а также рассматривается понятие «геокультурное пространство». Геокультурное пространство Алтая связано с актуализацией региональной идентичности региона, с людьми и событиями, которые могут художественно преобразовать и трансформировать действительность. Поэзия А. Пака выступает в качестве одного из способов формирования геокультурного пространства Алтая, в которой актуализируется содержание региональной идентичности, регулируемое тремя стратегиями: русской, корейской и немецкой.

Ключевые слова: региональная идентичность, геокультурное пространство, Алтай, стратегии развития, поэзия А. Пака.

Julia Igorevna Zlobina

Altai State University

Institute of Mass Communications of Philology and Political Science

Barnaul, Russia

A. PAK POETRY의 거래는 거의 진행되지 않았습니다.

요약. 이 기사는 "지역 정체성" 개념에 대한 이론적 이해를 지정합니다. 그 정의에 대한 몇 가지 접근 방식이 구별되며 "지구 문화 공간"의 개념도 고려됩니다. 알타이의 지구 문화 공간은 지역의 지역 정체성의 실현과 예술적으로 현실을 변화시키고 변화시킬 수 있는 사람들과 사건과 관련이 있습니다. A. Pak의시는 러시아, 한국, 독일의 세 가지 전략에 의해 규제되는 지역 정체성의 내용이 업데이트되는 알타이의 지구 문화 공간을 형성하는 방법 중 하나입니다.

키워드: 지역 정체성, 지구 문화 공간, 알타이, 개발 전략, A. Pak의시.

Традиционно после объединения славянских племен Россия (Великое княжество Московское, Московское государство, Русь, Русское царство и т.д.) существовала как имперское государство с формированием центральной оси в

крупных городах на территории современного центра России, при этом по мнению М.П. Крылова «централизованное государство искореняло память о былой силе местной традиции, о былой славе рязанцев, новгородцев, тверичей, о свободолюбивых тамбовских крестьянах и павловских умельцах, и о многом другом. Местные особенности игнорировались, забывались и высмеивались» [1, с. 7]. Современные российские обществоведы переосмысливают данную ситуацию, но не находят однозначного ответа, одни считают российскую провинцию Terra Incognita, другие рассматривают ее как ресурс для дальнейшего развития, третьи видят в провинции «далекое место» от центра развития и цивилизации.

Все эти прения порождают новое понятие «гений места» [2, с. 101–107], но и это понятие неоднозначно. С одной стороны, становится важной фигура творца (писателя, поэта, художника, политика, ученого и т.д.), а не места как такового (в географическом понимании), не место важно, а личность, которой интересуется российская или мировая общественность; приезжают не в место, а к творцу, который наполняет это место своей духовностью и талантом. В рамках гуманитарной географии оно семантически связано с понятиями культурного ландшафта, символической местности и географических образов. В воображении создателя это излюбленное место, выступающее как кладовая самых важных и глубоких образов его жизни и детства, ему нужно только найти в памяти и художественно трансформировать в наиболее просторную форму для организации воспоминаний, аллюзий, ассоциаций и знаков [3, с. 64].

Становится понятно, что необходима совершенно иная визуальная система восприятия реальности – важны не только детали, но и различия между регионами, и внутреннее видение территории как особого пространства, включая сочетание внутреннего и внешнего обликов. И такой системой для науки становится междисциплинарное понятие региональной идентичности, которое используется и в географии, и в общественных науках. Под идентичностью понимают «совокупность качественных и количественных характеристик, сопряженных со специфичностью какого-либо данного культурного или географического индивида (личности, группы, территориальной общности, территории)» [4, с. 20].

Современные общественные исследователи придерживаются разных точек зрения на это явление. Первая группа исследователей связывает региональную идентичность с понятием «малой родины», или «отношение индивида к своей малой родине, к земле, на которой он родился или живет, и работает» [5, с. 14]. Вторые рассматривают региональную и местную идентичность как один из решающих и стабильных факторов формирования культурно-исторической и социальной территориальной общности. Так, «региональные пространства не только являются социально конструируемыми феноменами, но и сами формируют поведение, идентичность, сознание и коммуникационные стратегии» [6, с. 140]. Третьи считают, что региональная идентичность является основой особого понимания национальных политических проблем и формируется на основе общей территории, характеристик региональной жизни и определенных систем ценностей [7, с. 183–184]. Четвертые утверждают, что региональная идентичность является результатом идентификации индивидов и региональных сообществ, принадлежащая ему территория является социальным и культурным феноменом, основанным на объективных социальных атрибутах и характеристиках данной территории (история, политика, экономика, культура и ее роль в процессе национальной истории и т.д.) [8, с. 70]. С точки зрения конструктивистских подходов регионализм может иметь этническую, экономическую или политическую основу. Его цель может означать достижение относительной

автономии или изоляции, а иногда означает получение определенных дивидендов в качестве компенсации за участие в интеграции [9, p. 25], т.е. региональная идентичность *de facto* не может расцениваться как позитивное или негативное явление. Региональное пространство - это не только феномен социального строительства, но и формирование поведения, идентичности, осведомленности и коммуникационных стратегий, при этом сторонники этого подхода отмечают, что «географические районы, которые мы производим, могут подавить нас, нанести нам вред и серьезно ограничить нашу жизнь» [10, p. 10].

Исходя из выше сказанного отметим, что эта тема занимает важное место в современной науке, и она привлекает к себе все большее внимание, однако не всегда можно говорить о последовательности и ясности подходов. Личность идентифицирует себя и свою страну, себя и регион как часть страны, при этом жители самоопределяют себя только с формальным регионом, что свидетельствует о высокой степени региональной идентичности, на основе которой создаются на субнациональном уровне стратегии развития региона как особого места, которое творцы могут художественно осмыслять и презентовать.

Геокультурное пространство можно определить, как «структурный компонент географического пространства, сферу и продукт человеческой деятельности, представляющий собой совокупность взаимодействующих геокультурных систем, состоящих из геокультурных общностей людей разного порядка и элементов антропогенного (искусственного) происхождения» [11, с. 26–27]. Геокультурное пространство каждого региона уникально и самобытно, его формируют как сами жители, так и представители других регионов по фрагментам и мнениям отдельных индивидуумов данного региона (писателей, художников, музыкантов, политиков и др.). Алтай – сложный по восприятию и самоидентификации регион. Существует так называемый Большой Алтай, под которым понимают географическую территорию приграничных районов России, Монголии, Китая и Казахстана с особой зоной экономических и социальных взаимодействий, отличных в целом от России, Монголии, Китая и Казахстана. Алтай может быть и территорией Горного Алтая, где также формируется особая среда осмысления себя и окружающего пространства. И, наконец, под Алтаем можно понимать регион, географически расположенный в Сибирском федеральном округе, официально называемый Алтайским краем. В данной статье мы представляем под Алтаем именно последнее толкование.

По мнению Замятина Д.Н. современная парадигма геокультурной стратегии развития территории – система долгосрочной плановой деятельности, направленная на учет, эффективное использование и развитие уникальности географической культуры и территории (культурные ландшафты, географические образы, локальные мифы, региональные идентичности). В настоящее время ни одна территория России не имеет своей геокультурной стратегии [12, с. 25]. Алтайский край в настоящее время формирует собственную геокультурную стратегию, одним из векторов которой, полагаем, выступает поэзия А. Пака.

Александр Пак живет и работает в Алтайском крае, занимается литературным творчеством и графикой, член Союза писателей России с 2001 г., за большой вклад в развитие культуры Алтайского края награжден медалью «За заслуги перед обществом» в 2013 г. Его творчество, безусловно, способно конструировать представление о геокультурном ландшафте Алтая и вскрывать разные стратегии развития региональной идентичности. Рассмотрим в качестве примера поэтический сборник «Иероглиф одиночества». Сборник А. Пака дискурсивен, так как содержит три стратегии: русскую, корейскую и немецкую; он предлагает объективировать

содержание региональной идентичности, которое может регулироваться сменой стратегий в конкретной социальной и культурной традиции.

Первая стратегия – русская – выступает в качестве основной: действительность транслируется с помощью средств и форм русского языка. Другими словами, помимо самого физического есть и «метафизическое» поле, в этом слое накапливаются локальные мифы и хранятся прототипы географических образов, формируя концепцию геокультурного ландшафта Алтая. Региональная идентичность Алтая базируется на географических образах и локальных мифах, одновременно она является рефлексивной основой для определения и восстановления типичного культурного ландшафта конкретной территории. Русская стратегия выступает в качестве сквозной – «транстрадиционной» (термин Крылова М.П.), т.е. выходящий за рамки, но не отрывающийся от традиций, а развивающий ее. Русская стратегия – это ядро региональной идентичности поэзии А. Пака в рамках геокультурного пространства Алтая.

Вторая стратегия – корейская – «выходит» из первой. Региональная идентичность напрямую не связана с этническими особенностями населения, россияне больше осознают себя жителями разных территорий, чем представителями национальностей [13]. Слишком сильно влияние ядра, но региональная идентичность включает в себя элементы этнической неоднородности и является основой поликультурного единства населения в регионе. Именно вторая стратегия выступает фактором трансляции потенциала социокультурного и образно-географического проектирования локальных мифов Алтая. Корейская стратегия представляется нам скрепой, которая держит все три стратегии, проникая и влияя на них. В сборнике нет корейских слов и иероглифов, но через ядро региональная идентичности она прорывается и влияет на мыслительные образы, возникающие в процессе восприятия сборника: «Корея – ты птица с подбитым крылом, // Летишь, разбросав свои перья по свету...»; «...Где в целлофановых гильзах // Продают чимчи –...»; «Айналайын, айналайын...» [14] и т.д.

Третья стратегия – немецкая – возникает при соприкосновении двух первых. Российские корейцы и немцы подверглись в советское время одному и тому же действию со стороны правительства – насильственному переселению по национальному принципу, но с разницей в 5 лет; это и находит отражение в региональной идентичности Алтая. В отличие от корейской стратегии, немецкая транслируется напрямую – весь сборник дублируется на немецком языке. Так, связанная последовательность единиц языковой структуры как целостная совокупность функционально организованных, контекстуализованных единиц употребления немецкого языка, находящаяся во взаимодействии с русским контекстом и ядром региональной идентичности, включающий лингвистические, экстралингвистические и прагматические параметры.

Таким образом, периферийные стратегии (корейская и немецкая) дают возможность увидеть большее разнообразие ресурсов регионализма Алтая. Новое осмысление региональной идентичности проявляется в усиливающейся значимости фактора стратегий в таких сферах, как геокультурное пространство Алтая. Разнообразие Алтая как трансграничного региона связано с развитием многополярности, сочетающей в себе несколько стратегий в связи с политическими, экономическими, географическими и историческими событиями; все эти внешние влияния становятся все более важными факторами, определяющими формат взаимоотношений внутри региональной идентичности в рамках геокультурного пространства Алтая, что ретроспективно представлено в поэзии А. Пака как единый

метаблок модели, воплощающий образно-географический контекст развития и функционирования локальных мифов внутри одной территории.

Библиографический список

1. Крылов М.П. Региональная идентичность в Европейской России / М.П. Крылов - М.: Новый хронограф, 2010. – 240 с.
2. Левинтов А.Е. Реальность и действительность истории, М., Изд-во «Аграф», 2006. – 383 с.
3. Замятина Н.Ю., Замятин Д.Н. Гений места и город: варианты взаимодействия // Вестник Евразии, 2007. – С. 63-87.
4. Крылов М.П. Современная российская региональная идентичность. Общество и пространство. Теоретико-методологические и дискуссионные вопросы // Известия Рос. географ. об-ва, 2006. – Т. 138. – Вып. 6. – С. 19-28.
5. Крылов М.П. Региональная идентичность в историческом ядре Европейской России // Социологические исследования. 2005.– № 3.– С. 13-23.
6. Макарычев А. Регионализм глазами конструктивизма: агенты, структуры, идентичности // Неприкосновенный запас. 2010.– № 3. – С. 137 - 150.
7. Жаде З.А. Проблема идентичности в современных социальных теориях // Философия и общество. 2007. –№ 2. – С.173-184.
8. Тумакова К. Е. Региональная идентичность и брендинг как социально-управленческий ресурс // Власть. 2010. – №2 3. – С.70-73.
9. Worm K. Regional and Cultural Dimensions of European Integration. Copenhagen Research Project on European Integration, CORE Working Paper. 1995. – № 14. – P. 25.
10. Ehrenfeucht R. The New Regionalism: A Conversation with Edward Soja // Critical Planning. 2002. – Vol. 9.– P. 10.
11. Манаков А.Г. Геокультурное пространство северо-запада Русской равнины: динамика, структура, иерархия. Псков: Центр «Возрождение» при содействии ОЦНТ, 2002. – 300 с.
12. Замятин Д.Н. Геокультурный брендинг городов и территорий: от гения места к имиджевым ресурсам // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. – № 2. – С. 25-31.
13. Петров Н. Формирование региональной идентичности в современной России // Центр и региональные идентичности. - СПб.: Летний сад, 2003. – С. 125-177.
14. Пак. А. Иероглиф одиночества, стихотворения. Барнаул, 2015. – 160 с.

Julia Igorevna Zlobina
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia

REGIONAL IDENTITY OF A. PAK POETRY WITHIN THE FRAMEWORK OF THE ALTAI
GEOCULTURAL SPACE (BASED ON THE MATERIAL OF THE COLLECTION
"HIEROGLYPH OF SOLITUDE")

Annotation. The article specifies the theoretical understanding of the concept of "regional identity"; several approaches to its definition are distinguished, and the concept of "geocultural space" is also considered. The geocultural space of Altai is associated with the

actualization of the regional identity of the region, with people and events that can artistically transform and transform reality. The poetry of A. Pak acts as one of the ways to form the geocultural space of Altai, in which the content of regional identity is updated, regulated by three strategies: Russian, Korean and German.

Keywords: Regional identity, geocultural space, Altai, development strategies, poetry by A. Pak.

Наталья Васильевна Халина

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

Анна Вячеславовна Жеребненко

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

КОРЕЙСКАЯ МЕДИАКУЛЬТУРА: КОНСТРУИРОВАНИЕ АЛТАЙСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СИНХРОННЫХ КОНТАКТНЫХ СРЕДАХ

Аннотация. В статье с позиций коммуникационного маркетинга в его языковедческом аспекте рассматривается влияние системных контактов языковых систем алтайских языков – корейского и японского – на формирование синхронных контактных сред в современных восточноазиатских медиа, в частности, корейских медиа. Внимание обращается на влияние территориальной идентичности и семиотики восточноазиатской коммуникации на процессы медиатизации в Восточной Азии и формирование имплицитной алтайской идентичности через посредство таких феноменов медиаиндустрии, как корейская волна, или халлю.

Ключевые слова: алтайские языки, корейский язык, японский язык, культура коммуникаций, азиатская медиакультура, культурная идентичность, корейская волна, халлю

Natalia Vasilyevna Halina

Altai state University

Institute of mass communications, Philology and political science

Russia, Barnaul

Anna Vyacheslavovna Zhrebnenko

Altai state University

Institute of mass communications, Philology and political science

Russia, Barnaul

나탈리아 바실리 에프 나 할리 나

알타이 주립 대학

매스 커뮤니케이션 철학 및 정치 과학 연구소

안나 바체 슬라 보브 나 제 레브 넨코

알타이 주립 대학

매스 커뮤니케이션 철학 및 정치 과학 연구소

그동안 걱정할 필요가 없습니다.”

그동안 걱정할 필요가 없습니다.”

한국 미디어 문화 : 동기화 된 접촉 환경에서 알타이 정체성 구축

그동안 걱정할 필요가 없습니다.”

주석. 언어 적 측면에서 커뮤니케이션 마케팅의 관점에서 알타이어 (한국어와 일본어)의 체계적인 접촉이 현대 동아시아 미디어, 특히 한국 미디어에서 동기식 접촉 미디어 형성에 미치는 영향을 고려합니다. 동아시아의 매개 화 과정에 대한 동아시아 커뮤니케이션의 영토 적 정체성과 기호학의 영향과 한류 또는 한류와 같은 미디어 산업 현상을 통한 암묵적 알타이 정체성 형성에 주목한다.

키워드 : 알타이어, 한국어, 일본어, 커뮤니케이션 문화, 아시아 미디어 문화, 문화 정체성, 한류, 한류

История Восточной Азии - это история формирования единого интегрированного пространства взаимодействия китайской, корейской и японской языковых культур, базовой структурой которого является азиатская иероглифика. В начале XVIII в. японский ученый Араи Хакусэки в своей книге «Тога» («Восточные вкусы») приводил сравнение японского и корейского языков, Фудзихара Сёгуацу в конце XVIII в. выдвинул теорию родства этих языков [1 Нихонсёки: Анналы Японии, в 2-х тт. СПб.: Гиперион, 1997]. В книге Я. Сигэно впервые появилась теория о «едином происхождении предков Японии и Кореи» [2.]. Суть этой теории заключалась в том, что корейцы произошли от японских племен, переселившихся с Японских островов и обосновавшихся на юге Корейского полуострова. Эта теория была поддержана Т. Ёсида в его работе «Никкан косидан» («Очерки древней истории Японии и Кореи [3].

Корея сыграла значительную роль в распространении конфуцианства в Японии, рассматриваемого в качестве системы ценностей, способствующей усовершенствованию государственной системы. Приход конфуцианства в Японии повлиял на распространение китайской письменности, миссию по овладению которой на себя взяли конфуцианские ученые из Кореи, начавшие выполнять при японском императорском дворе функции писцов. Предполагается, что именно корейские ученые впервые стали применять в Японии фонетическо-иероглифическую письменность манъёгана, подобие которой (иду) существовало в Корее еще в IV веке. Все это стало предпосылкой для создания в Корее и Японии национальной письменности на основе китайских иероглифов.

Японский и корейский языки образуют в алтайской языковой семье отдельную подгруппу, представляющую собой результат коммуникативной *реинтеграции*. Корейский язык, в отличие от японского языка, обособился от алтайских языков (а именно, тунгусо-маньчжурских) несколько тысячелетий назад, продолжая контакты с японским языком вплоть до первого тысячелетия н.э. Как полагают исследователи, базовые структуры японского языка сформировались на территории Корейского полуострова. Собственно, процесс дифференциации (выделения) японского языка из корейского начинается в период яёи, когда часть протокорейских племен переселилась с Корейского полуострова на Японские острова [4]. Этот процесс усилился по мере прекращения массовых миграций с Корейского полуострова на Японские острова. Параллельно ускоряется процесс смешения переселенцев из Кореи с аборигенами - носителями малайско-полинезийских языков.

При анализе взаимоотношений японского и корейского языков современные исследователи создают модели генезиса языковых систем. Так, Бэквит [5, 28] предлагает конвергентную модель, основывающуюся на качественном подходе (см. рис. 1):

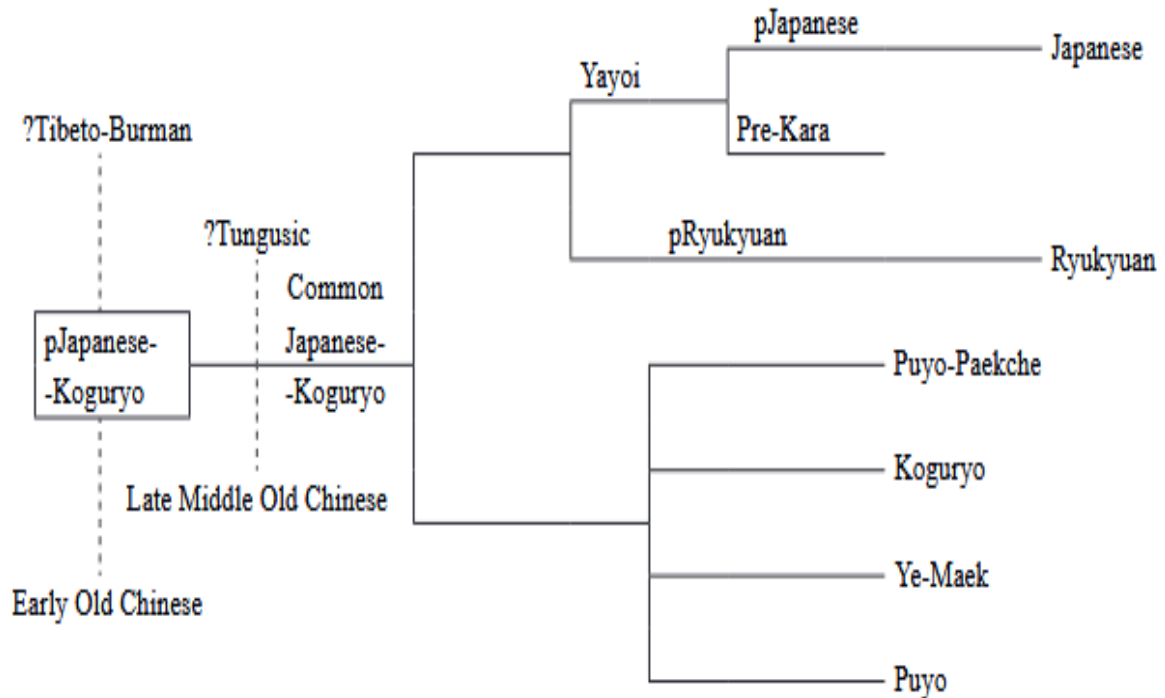


Рис. 1. Конвергентная модель Бэквита. Источник: Václav Blažek Michal Schwarz and Ondřej Srba, 2019 [6]

Сергей Старостин (1991) [7] разрабатывает глоттохронологическое обоснование родства корейского и японского языков, включающее современные диалекты и древние литературные языки, соответственно средневековый корейский язык и древний японский. В 2010 году Сергей Старостин в совместном исследовании с Алексеем Кассианом преобразует собственную глоттохронологию, учитывая трансформации, которые переживают протояпонские и древнекорейские диалекты (см. рис.2).

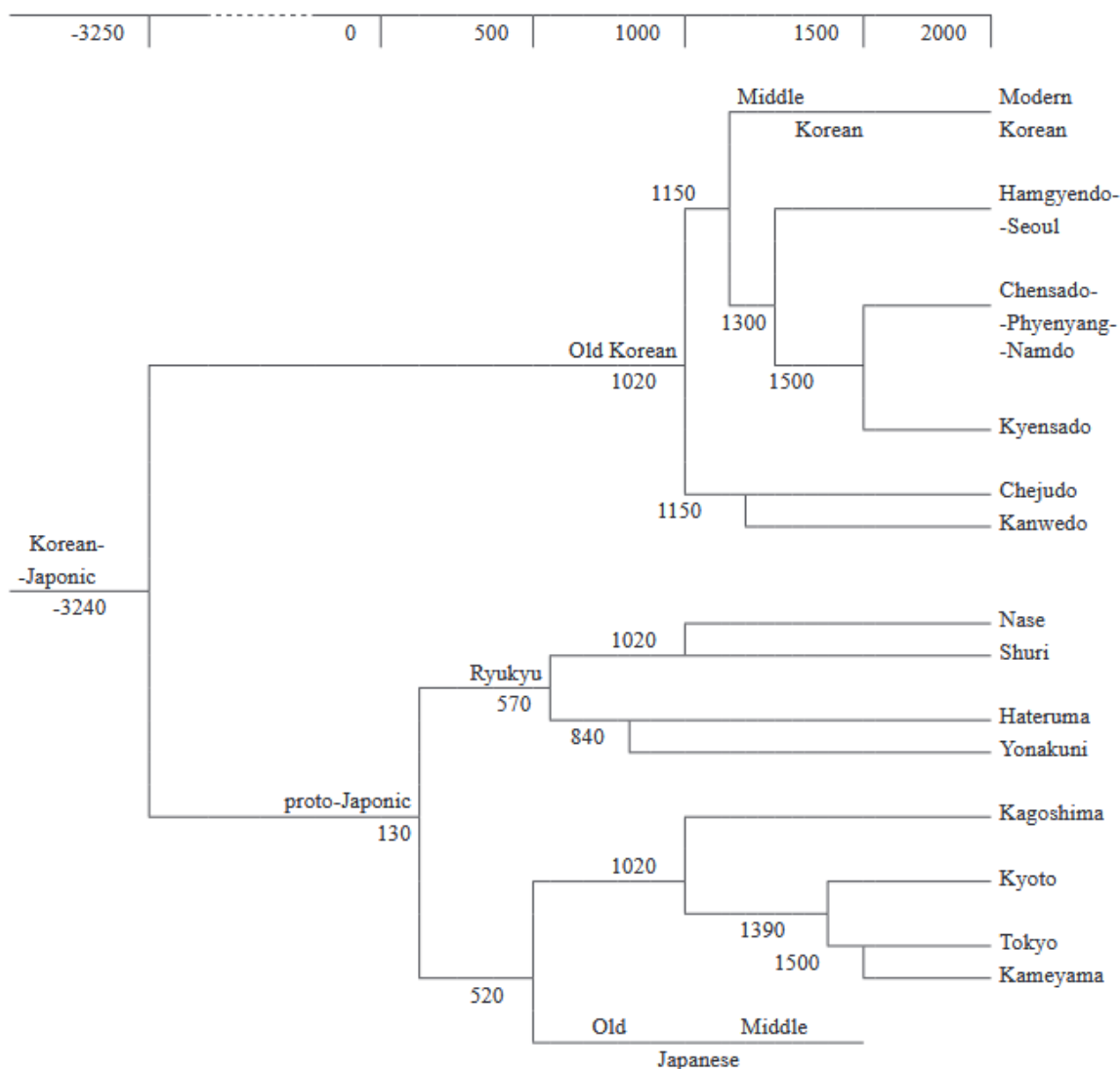


Рис. 2. Генезис протояпонских и древнекорейских диалектов: глоттохронология Старостина-Кассиана. Источник: Vbclav Blažek Michal Schwarz and Ondřej Srba, 2019

Особое географическое положение Кореи – положение относительно Японского архипелага и материковой частью Азии – определила для нее в древние времена роль культурного моста, посредством которого в Японию проникали носители континентальной цивилизации [4]. Кроме того, Корея выполняла функцию политического посредника между японским государством и Китаем, иногда самостоятельно представляя интересы Японии в межкультурных политических коммуникациях.

Подобная коммуникативная миссия Кореи повлияла на особенности мышления корейского этноса, его коммуникативную и когнитивную пластичность, получившую отражение в современной корейской медиакультуре. А. С. Шмакова, К. А. Винокурова [8] обращают внимание на то, что восточноазиатская массовая культура, к которой относится корейская массовая культура, формировалась в условиях диалога западной и восточной культур, что обусловило ее «миксовый» характер. При этом можно говорить о восточноазиатской идентичности, своеобразной форме территориально-ценностной идентичности, основывающейся на принадлежности к конфуцианской традиции, общих ценностных ориентациях, которые влияют на специфику адаптации культурной продукции в странах синоиероглифического региона. В качестве инструмента идейной консолидации обществ стран Дальнего Востока и Юго-

Восточной Азии некоторые исследователи рассматривают популярную корейскую культуру халлю [9].

Халлю, или «корейская волна» (韓流, кор. 한류) представляет собой всеобщее увлечение южнокорейской массовой культурой, которое началось в конце 1990-х гг. в странах Юго-Восточной Азии. Феномен 'халлю' интерпретируется и как самая большая и быстрая культурная смена парадигм в современной истории, повлиявшая на формирование новых идеалов и ценностей в странах Юго-Восточной и Восточной Азии [10 P. 4].

Оксфордская энциклопедия коммуникации [11] рассматривает «Корейскую волну» с позиции циклической итерации одного из сегментов азиатской культуры в пределах региона. В работах, посвященных халлю обращается внимание на то, что этот медиафеномен привлекает внимание к неравномерному распределению транснационального медийного контента в глобальном медиаландшафте [12, 13, 14].

Феномен 'халлю' демонстрирует, что корейская массовая культура в своих интересах активно использует социальные медиа в организации процедуры межнационального медиапотребления. Объем межгосударственного трансфера К-драмы и, соответственно, мировой дистрибуции К-популярности выводит корейскую культуру в число мировых лидеров по потреблению национального медиапродукта, причину чему следует, на наш взгляд, усматривать в коммуникативной истории корейской языковой культуры. Напомним, что благодаря корейскому языковому менеджменту в Японии начинает применяться фонетическо-иероглифическую письменность маньёгана, обусловившая создание на основе китайских иероглифов национальной письменности Кореи и Японии.

К. Йоон [15] определяет корейские социальные медиа как средство генерации новой общительности «медиатизированного слухового пространства», в котором пользователи получают ответы на неопределенность социальных сред и ищут онтологическую безопасность. Осуществляя мониторинг социальных медиа в поисках онтологической безопасности, молодые пользователи социальных медиа формируют виртуальные связи, которые вовлекают в «гетерогенные социальные отношения» и предлагают ресурсы, которые не могут быть обеспечены стандартными сильными связями. Исследование цифровой медиапрактики повседневной жизни показывает, что цифровые медиа интегрируются в существующие культурные нормы и социальные среды, что позволяет молодым пользователям приобщаться к новым способам коммуникации. Культурная фильтрация новых цифровых медиатехнологий отмечается при использовании молодым поколением корейцев локальных медиаплатформ. Чжин [16] отмечает, что KakaoTalk, к которому обращаются как 'a national messaging app' демонстрирует, как молодые люди локализуют смартфон-технологии. Технологические возможности и символические значения KakaoTalk позволяют пользователям вступить в игровые и социальные коммуникации, чтобы включиться в городскую жизнь и собственно сетевые коммуникации.

Современные корейские медиакоммуникации по своей природе несколько отличаются от европейских и американских аналогов, поскольку представляют собой, в некоторой степени, результат генезиса корейской сетевой культуры коммуникации и ее трансферной открытости. Имплицитная потребность в формировании лингвокультурной – алтайской – идентичности как идентичности территориальной, восточноазиатской, позиционирующей потенциал языкового менеджмента и собственно коммуникативные ресурсы синоиероглифического региона, определила трансферную мобильность Корейской волны.

Восточноазиатские медиафеномены Cool Japan [17] и Cool Korea, как в некоторых источниках именуется Корейская волна (халлю), продемонстрировали миру новые формы экономического процветания, сформировавшиеся на основе медиатизации социума и сред его общительности. Интересны наблюдения корейских исследователей медиакоммуникативных процессов, касающиеся онтологической безопасности, которая обретается пользователями в корейских социальных медиа благодаря овладению компетенциями, отвечающими требованиям нового типа общительности, фундирующего социальные медиа, – «медиатизированное слуховое пространство».

Йокка Пекка Йоучи [18] отмечает, что с точки зрения темпоральности наиболее значительным социокультурным влиянием на развитие Кореи было влияние Китая, хотя с 1910 по 1945 на систему образования и культуру труда ощутимо японское влияние. Подобная культурная и коммуникативная общительность становится основой знаниевого менеджмента сетевого типа, ориентированного на общественное знание и его коллективное потребление/использование. Конфуцианская традиция («счастье – это лотерейный билет, достаемый немногим»), когнитивный стиль которой создает особое знание о производстве лингвистического знака и его семантического контента, благодаря корейской медиакультуре, стала востребованной далеко за пределами синоероглифического региона, вовлекая в медиаимизированное слуховое пространство все большее число акторов.

Библиографический список

1. Нихонсёки: Анналы Японии, в 2-х тт. СПб.: Гиперион, 1997.
2. Пак М.Н. Описание корейских племен начала нашей эры (По «Саньго чжи»)//Проблемы востоковедения. 1961. –№ 1. – С. 115-138
3. Сыма Цянь. Ши цзи (Исторические записки). — М.: Восточная литература, 1996.- 462 с.
4. Иванов А. Ю. Социокультурное взаимодействие двух ветвей дальневосточной цивилизации - Кореи и Японии, III в. до н.э. - начало XVIII в. Дис. канд. ист. наук. Владивосток, 2003. – 226 с
5. Beckwith Ch. I. Koguryo. The Language of Japan's Continental Relatives. An In-troduction to the Historical-Comparative Study of the Japanese-Koguryoic Languages. Leiden: Brill. 2007.
6. Blažek V., Schwarz M., Srba O. Altaic Languages. History of research, survey, classification and a sketch of comparative grammar. Masaryk University Press Brno 2019. – 358 p.
7. Starostin S. A. Altajskaja problema i proisxoždenie japonskogo jazyka. Moskva: Nauka. 1991.
8. Шмакова А.С. ,Винокурова К.А. Зарождение и развитие феномена «корейской волны» в Южной Кореи Научный журнал: Том 14, Выпуск 10 (Востоковедение) /2015. – С.159-167.
9. Kim Jeongmee. Reading Asian Television Drama: Crossing Borders and Breaking Boundaries. London: I. B. Tauris& Co Ltd., 2014. – 263 p.
10. Hong Euny. The Birth of Korean Cool: How One Nation is Conquering the World Through Pop Culture. USA: Picador, 2014.– 288 p.
11. Hyejung Ju. The Korean Wave and Korean Dramas // Oxford Research Encyclopedia of ... Journal of Creative Communications 11 (3). 2016. – pp. 197-210.

12. Cho Y. Desperately seeking East Asia amidst the popularity of South Korean pop culture in Asia. *Cultural Studies*, 25(3). – pp. 383–404.
13. Huat C. B., & Iwabuchi, K. *East Asian pop culture: Analysing the Korean Wave*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2008.
14. Iwabuchi, K. Cultures of empire: Transnational media flows and cultural (dis)connections in East Asia. In P. Chakravartty & Y. Zhao (Eds.), *Global communications: toward a transcultural political economy* New York, NY: Rowman & Littlefield. 2008. – pp. 143–161.
15. Yoon K. Digital Media and Culture in Korea // JIN, D. Y. and Kwak, N. (eds). *Communication, Digital Media, and Popular Culture in Korea: Contemporary Research and Future Prospects*, Lexington Books, 2018. – pp.283-300.
16. Jin, D. Y. *Smartland Korea: Mobile communication, culture, and society*. Ann Arbor, MI: Michigan University Press. 2017. – 238 p.
17. Халина Н.В. Стратегия ‘COOL JAPAN’, креативные индустрии и японский медиарынок // Terra Scimus: Сборник статей по итогам научно-практического алтаеведческого семинара «Перспективы ориентального кросс-маркетинга: японский тренд», проведенного в рамках «Года японо-российских межрегиональных и побратимских обменов (Года японо-российских межрегиональных обменов)» (Барнаул, 20 марта 2020) / под ред. С.А. Манскова и Н.В. Халиной – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2020. – С. 94-102.
18. Jouhki J. P. Korean Communication and Mass Media Research: Negotiating the West’s Influence *International Journal of Communication* 2. 2008. – pp. 253-275.

Natalia Vasilyevna Halina

Altai state University

Institute of mass communications, Philology and political science

Russia, Barnaul

Anna Vyacheslavovna Zhrebnenko

Altai state University

Institute of mass communications, Philology and political science

Russia, Barnaul

KOREAN MEDIA CULTURE: CONSTRUCTING IDENTITY IN THE ALTAI SIMULTANEOUS CONTACT MEDIA

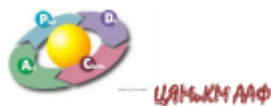
Annotation. The article considers the influence of system contacts of the Altaic language systems – Korean and Japanese – on the formation of synchronous contact environments in modern East Asian media, in particular, Korean media, from the standpoint of communication marketing in its linguistic aspect. Attention is drawn to the influence of territorial identity and semiotics of East Asian communication on the processes of mediatization in East Asia and the formation of an implicit Altaic identity through such media industry phenomena as the Korean wave or Hallyu.

Keywords: Altaic languages, Korean language, Japanese language, communication culture, Asian media culture, cultural identity, Korean wave, Hallyu

Р
а
з
д
е
л
2

А
Л
Т
А
Е
В
Е
Д
Ч
Е
С
К
И
Й
Д
И
С
К
У
Р
С
М
У
Л
Ь
Т
И
К
У
Л
Ь
Т
У
Р
Н
Ы
Й
П
О
Л
И
Л
И
Н
Г
В
А
Л
Ь
Н
Ы
Й
И





Лидия Михайловна Дмитриева

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

Чжан Юньфэй

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

Китай

**СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ ТЕРМИНА «АЛТАЙ» В РУССКИХ И КИТАЙСКИХ
ГЕОГРАФИЧЕСКИХ НАЗВАНИЯХ**

Аннотация. В статье анализируются топонимы с термином «Алтай» в России и его производное название в Китае. Исследуется источник топонима в исторических данных России и Китая. Определяется разное употребление термина «Алтай» в двух странах. Это помогает нам лучше понять значение географических названий в этой области.

Ключевые слова: Алтай, Россия, Китай, топоним, производное название.

Lidia Mikhailovna Dmitrieva,

Zhang Yunfei

Altai State University

Institute of Mass Communications of Philology and Political Science

Barnaul, Russia, China

러시아에서 테러 "ALTAI" 의 시밀리와 다이어트

요약. 이 기사는 러시아에서 "알타이" 라는 용어와 중국에서 파생 이름으로 지명을 분석합니다. 러시아와 중국의 역사적 데이터에서 지명의 원천이 조사되고 있습니다. 두 국가에서 "알타이" 라는 용어의 다른 사용이 결정됩니다. 이를 통해 이 영역에서 지리적 이름의 의미를 더 잘 이해할 수 있습니다.

키워드: 알타이, 러시아, 중국, 지명, 파생 이름.

Алтайский регион расположен на севере Синьцзяна в Китае и граничит с Казахстаном, Российской Федерацией, Монголией. Существует сходство между китайским топонимом «Алтай» и русским топонимом «Алтай», но существуют и различия, обусловленные географическим положением. В данной статье мы показываем различие между функционированием географического термина «Алтай» в России и Китае с точки зрения исторической эволюции.

Топоним «Алтай» породил новое производное название в китайской топонимии – «阿勒泰» (A Le Tai), он используется как название административного района и города. Слово 阿勒泰 (A Le Tai) на китайском языке на самом деле является китайской транслитерацией из монгольского языка. В процессе транслитерации возникли

тонкие различия, так появились два очень похожих топонима - «阿尔泰Алтай» и «阿勒泰A Le Tai».

Стоит отметить, что в международной литературе перевод топонимов «阿尔泰Алтай» и «阿勒泰A Le Tai» одинаковы (пишется на русском языке «Алтай», а на английском – «Altay»), все они используют слово «阿尔泰Алтай» для обобщения, отдельно топоним «阿勒泰A Le Tai» не описывался. Первоначальное название «Алтай 阿尔泰» в Китае относится только к названию горы.

Как два собственных географических существительных, транслитерированных на китайском языке, «Алтай» и «A Le Tai» имеют сходство, но есть и различия.

1. Китайские записи об Алтайских горах.

В китайских исторических материалах самое раннее упоминание об Алтайских горах находим в «Ханьшу · Биография Гэн Инь» (кит. «后汉书·耿弇传»). «八百个骑兵, 从西部边塞出发, 直奔金微山。在金微山阙氏逃脱, 斩杀匈奴数千人.» (Перевод: Восемьсот кавалеристов выступили с западной границы и направились прямо к горе Цзиньвэй. В Цзиньвэй Ланши бежал и мы убили тысячи гуннов). Этот исторический материал свидетельствует о том, что Ханьская армия в 91 году н.э. во главе с Гэн Куем победила гуннов у «горы Цзиньвэй», которая в настоящее время называется «Гора Алтай» [1].

В книге «Тан Шу · Тюркская биография» (династия Тан, 618-905 год н.э.) есть запись, что «Цзе терпел и ушел к северу от Золотой Горы» [1]. А в книге Цяньлуна «Император и западные области» (кит. «钦定皇与西域图志»), написанной в 26-м году (династия Цин, 1761 году н.э.), есть описание «Горного Алтая» и гора Алтай там названа Древней Золотой Горой [2].

Видно, что гора Алтай издавна появлялась в китайских исторических материалах под названием «Золотая гора», и это название упоминается на протяжении длительного времени.

Самая ранняя доступная литература о Горном Алтае восходит только к периоду тюркского ханства. Эти документы были написаны древнетюркской письменностью, в основном это надписи. «После изучения 9 основных тюркских надписей, переведенных на китайский язык, было обнаружено, что слово «Лесной Горный Алтай» встречается 9 раз в 9 надписях. Интересно, что слово «Лесной Горный Алтай» встречается 9 раз, то слово «река Иртыш» встречается с ним 4 раза» [3]. Это может быть фиксированное словосочетание или языковая привычка, но нетрудно выяснить, что «Лесной Горный Алтай» занимает важное место в истории Тюркского ханства. По сравнению с материальной ценностью золота, содержащегося в Горном Алтае, термин «Лесной Горный Алтай» в древнетюркских надписях может больше отражать веру и поддержку Тюркским ханством знаменитых гор и рек.

Просматривая китайские документы и древнетюркские надписи, можно заметить, что название «Золотая гора» Горного Алтая имеет долгую историю, и его значение может быть связано не только с горами, богатыми золотом, но может быть и с тем, что Горный Алтай расположен между холмами Казахстана и Монгольским плато. Экологическая среда является самодостаточной, а пастбища покрыты пышной растительностью, что обеспечивает необходимую материальную основу для установления политической власти северных кочевых племен.

2. Анализ слова «Алтай» и его новое производное название «阿勒泰» (A Le Tai) в китайских топонимах.

По сравнению с долгой обширной продолжительной историей названия Алтай, слово «阿勒泰» (A Le Tai) 1 февраля 1954 года на 118-м заседании областного народного правительства Китая было изменено, «горный Алтайский район» переименован в «район A Le Tai», а уезд Чэнхуа в «уезд A Le Tai». [2]

Термин «A Le Tai» ограничен административным употреблением, и существует только две формы выражения: одна – территория, находящаяся под юрисдикцией Синьцзян-Уйгурского автономного района (район A Le Tai), а другая – город уездного уровня, находящийся в юрисдикции района A Le Tai (уезд A Le Tai, а сейчас мы его называем город A Le Tai). «район A Le Tai», который сейчас китайцы называют, хотя в истории его называли «район Алтай», но просуществовал он недолго, ограничившись периодом с третьего по восьмой год (1914-1919 г.) существования Китайской Республики [3].

Таким образом, название «район Алтай» имеет определенный срок функционирования в Китае, когда оно на китайском языке относится только к горам, граничащим с Россией, Казахстаном, Монголией и Китаем [4].

3. Анализ слова «Алтай» в русских топонимах.

Алтай в повседневном сознании русскоязычных людей относится к лесостепным районам и сельхозугодьям, где выращивают зерновые.

Тюркологи и монголоеды лексическое значение слова алтай определяли как «пестрые горы», «возвышенность», «высокие горы», «золотоносные горы» [5]. Анализируя значение «золотоносные горы», отмечаем, что значение слова не изменилось с тюркского периода.

Горный Алтай – принятое в науке название российской части горной системы Алтай. Тюркологи этимологию топонима связывают с понятиями «высокий», «могущественный», «золото», «обетованная земля» [6].

В административной топонимии слово «Алтай» встречается в следующих регионах, а именно «Республика Алтай», «Алтайский край». Республика Алтай (столица – Горно-Алтайск) расположена в Сибирском федеральном округе и является автономной республикой основного субъекта Российской Федерации. Алтайский край (столица – Барнаул) является административным регионом первого уровня Российской Федерации в Западной Сибири, находящимся в ведении Сибирского федерального округа, это два вышеуказанных административных учреждения находятся в России.

В русских топонимах «Алтай» – это и название поселка, и название гор, и местности. Например, Алтай – поселок (Калманский р-н), основан в 1932 г. в связи с образованием совхоза «Алтай» [7, с.16]. Алтай, или Золотые горы – название гор и местности; от монгольских слов алтан и алт означают золото, поэтому Алтай означает «золотоносный» или «место, где есть золото» [8].

В заключение отметим, что в китайском языке новое производное название «A Le Tai 阿勒泰» относится только к двум административным единицам, находящимся под юрисдикцией Синьцзян-Уйгурского автономного района, и городу уездного уровня, находящимся под юрисдикцией района A Le Tai Синьцзян-Уйгурского автономного района. А без изменения названия «Алтай 阿尔泰» относится только к горе. Топоним «Алтай» встречается в административных учреждениях стран и регионов в северных предгорьях Горного Алтая и в академических терминах

гуманитарных и социальных наук, основанных на алтайской языковой семье. Термин «северное предгорье Горного Алтая» используется здесь для уточнения, что может более интуитивно выразить разницу между «Алтаем» и «А Le Tai».

Библиографический список

1. 陈世明、吴福环. 二十四史两汉时期西域史料校注. 乌鲁木齐: 新疆大学出版社, 2003, 497页.

Чэнь Шимин, У Фухуань. Двадцать четыре истории периода двух династий Хань: западные исторические материалы. Урумчи: Издательство Синьцзянского Университета, 2003, – 497 с.

2. 钟兴麒、王豪、韩慧. 西域图志校注. 乌鲁木齐: 新疆人民出版社, 2002. 328 页.

Чжун Синци, Ван Хао, Хань Хуэй. Карта Западного региона: Урумчи: Синьцзянское народное издательство, 2002. – 328 с.

3. 阿勒泰地区地方志编纂委员会. 阿勒泰地区志. 乌鲁木齐: 新疆人民出版社, 2004. 29页.

Алтайский областной/краевой комитет по кодификации местных журналов. Алтайский краевой журнал. Урумчи: Синьцзянское народное издательство. 2004. С. 29.

4. Слово «Алтай» на китайском языке. [Электронный ресурс]. URL: <https://baike.baidu.com/item/阿尔泰山脉/432716?fromtitle=阿尔泰&fromid=210410&fr=aladdin> (дата обращения: 27.09.2020)

6. Дампилова Л.С., Хабунова Е.Э., Чулуун Заяасурэн Топоним Алтай в мотиве пути в эпосе монгольских народов // Вестник КИГИ РАН. 2018. №5 (39). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/toponim-altay-v-motive-puti-v-epose-mongolskih-parodov>. (дата обращения: 29.09.2020)

7. Казагачева З.С. Алтайские героические сказания «Очи-Бала», «Кан-Алтын» (Аспекты текстологии и перевода). Горно-Алтайск, 2002, – С. 282-291.

8. Дмитриева Л.М. Топонимический словарь Алтайского края, Том 1 – названия населенных пунктов // Л.М. Дмитриева. - Барнаул АЗБУКА, 2013.

9. Топонимический словарь Горного Алтая. [Электронный ресурс]. URL: <http://myaltai.ru/nature/toponymic>. (дата обращения: 29.09.2020)

Lidia Mikhailovna Dmitrieva,
Zhang Yunfei
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia,
China

SIMILARITIES AND DIFFERENCES OF THE TERM "ALTAI" IN RUSSIAN AND CHINESE GEOGRAPHICAL NAMES

Annotation. The article analyzes toponyms with the term "Altai" in Russia and its derivative name in China. The source of the toponym in the historical data of Russia and China is being investigated. The different use of the term "Altai" in two countries is determined. This helps us to better understand the meaning of geographical names in this area.

Keywords: Altai, Russia, China, toponym, derived name.

Лидия Михайловна Дмитриева

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

Чжао Чэньси

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

Китай

**СРАВНЕНИЕ ЛИЧНЫХ ИМЕН РУССКИХ В АЛТАЙСКОМ РАЙОНЕ В СИНЬЦЗЯНЕ
И В АЛТАЙСКОМ КРАЕ В РОССИИ**

Аннотация: В данной статье в основном исследуются изменения личных имен русских, проживающих в Алтайском районе в Синьцзяне в Китае, и сравниваются их с именами русских в Алтайском крае России. Проанализируются влияния смены языка, культуры и обычаев на изменение личных имен после этнической миграции.

Ключевые слова: русская народность, Алтай, изменение личных имен, сравнение имен.

Lidia Mikhailovna Dmitrieva,

Zhao Chenxi

Altai State University

Institute of Mass Communications of Philology and Political Science

Barnaul, Russia, China

XINJIANG에서의 ALTAI 거래와 러시아에서의 ALTAI TERRITORY에서 러시아의 전문가
나임

요약. 이 기사는 주로 중국 신장의 알타이 지역에 사는 러시아인의 개인 이름 변경을
탐구하고 러시아 알타이 영토에있는 러시아인의 이름과 비교합니다. 인종 이주 후 언어,
문화 및 관습이 개인 이름 변경에 미치는 영향을 분석합니다.

키보드: 러시아 국가, 알타이, 개인 이름 변경, 이름 비교.

Русская народность – одна из 56 народностей Китая. Эти русские в Китае являются потомками русских, в основном эмигрировавших из России после революции 1917 года. После ста лет ассимиляции его внешний вид, обычаи, и привычки полностью отличались от русских. И постепенно сформировались собственные национальные особенности [1].

В настоящее время население русской народности распространено в Северо-Восточном Китае, Синьцзяне, Внутренней Монголии и др. Среди них население русских Синьцзяна является самым большим, и сюда мигрировали и коренные русские. В конце XVIII - начале XIX века группа старых русских христиан подвергалась гонениям со стороны царского правительства и православного Святого Престола из-за своей оппозиции Православной церкви. Переехал из Алтайского края России в Алтайский район Китая, потом жил там. Согласно статистике шестой всекитайской переписи населения 2010 года, общая численность русских в Китае составляет 15 393 человека.

В данной статье в основном исследуются сходства и различия личных имен людей русской народности в Алтайском районе Синьцзяна, и в Алтайском крае Российской Федерации. Из-за нескольких великих русских национальных миграций в истории, русская культура также была принесена в Китай вместе с миграционной деятельностью. Одно из самых известных - это имя человека. Из-за смешанных браков, согласно китайским брачным обычаям, произошли некоторые изменения в именовании русской народности. В этой статье мы анализируем изменения имени у русской народности, исследуем причины и развитие изменения имени и обобщим правила изменения имени.

Поскольку русское население в Китае относительно невелико и большинство из них живут вместе с другими этническими группами, для них естественно понимать, уважать и учиться на культуре друг друга посредством долгосрочных контактов, а также укреплять свои связи друг с другом через брак. Поэтому народ русской народности постепенно впитал китайскую культуру: не только еда, одежда, жилье и транспорт были такими же, как ханьские обычаи, но и переняли китайское название. Согласно статистике, после основания Китайской Народной Республики в то время фамилии русских в Синьцзяне в основном являются Луо(罗), Хэ (何), Яо (姚), Ду (杜) и Хэ (贺) [2].

Дети, рожденные от смешанных браков с ханьцами, обычно носят имена ханьской и русской. Как обычно, русские имена состоят из трех частей: имя, отчество и фамилия. А китайское имя составляет их фамилию и имени. Для китайской культуры важна фонетическая составляющая имени, его этимология и благозвучие. Кроме того, в китайском языке имя является пророчеством и пожеланием [3]. Запрещается употреблять имена родственников, известных людей, нецензурную лексику, названия грязных вещей, болезней, насекомых- вредителей, слова с негативным оттенком и т. п. [4]. А для русского языка актуальны культурные параллели с именем. Хотя у русских два имени, но обычно их редко называют полным именем, а называют псевдонимом или только личным именем. Например: человека русской народности зовут Лань Суньшань(兰松山), его русский псевдоним – Валентин, Чжан Сяопин (张晓兵), псевдоним – Гоша и т.д..

В Алтайском крае России, который отделен от Алтайского района Синьцзяна горой, наречение новорожденных полностью следует традиционному русскому методу именованию и соответствует истории развития русских личных имен.

Развитие русских личных имен выделяются три этапа, По мнению А. В. Сусловой и А. В. Суперанской, - это дохристианский; период после крещения Руси и новый этап, начавшийся после Великой Октябрьской социалистической революции [5]. И наконец, формируется текущий способ формирования имени, имя + отчество + фамилия. Например: Александр Сергеевич Пушкин.

Русские в Алтайском районе в Синьцзяне сначала тоже следовали этому методу именованию: когда в русской семье рождается ребенок, их нужно отводить в церковь, чтобы дать ему имя. Этот обычай именованию церковью продолжался до Октябрьской революции. В 1918 году государство издало указ об отмене практики крещения священниками и именованию по религиозному календарю. В русских семьях новорожденные рождались, родители или другие члены семьи и друзья имеют право давать имена своим детям. С 1955 года, после возвращения большого числа русских, проживающих в Китае, закрытия всех церквей в юрисдикции Китая и прекращения религиозной деятельности, а также, позже, по политическим причинам, многие люди жаловались и даже опасались своего русского происхождения. Многие россияне больше не дают своим детям русских имен. Лишь несколько русских семей в первом и втором поколении еще живы и все еще дают своим новорожденным детям русские имена. Однако у этих людей только есть русские имена, редко используют.

Издавна общие принципы именованию русских таковы: краткая форма, гармоничное звучание, красивый смысл, отражающие мировидение, уровень знаний носителей языка, время создания имён, ценностные приоритеты эпохи [6]. Если оба родителя русские, по этим принципам имя, отчество и фамилия ребенка - русские; если отец - Хан, а мать - русская, то у ребенка будет два имени: одно - китайское, а другое - русское. Янь Чжитуй, живший во времена правления династии Северная Ци, полагал, что если целью имени, данным при рождении, отличать одного человека от другого, то целью «второго имени» - обозначить нравственную состоятельность человека, наделённого этим именем [7]. Для русских в Китае, их китайское имя используется как официальное название, показывается в паспорте, а русское имя используется как прозвище, которую мы можем слушать обычно дома, только родные и близкие их так называть. Например: Известные люди русской народности Дай Юйпин(戴玉萍), её русское имя - Александровна; Юй Сихэ (于希河), русское имя - Николай и т.д. . Кроме того, еще другой вариант, то есть люди с фамилией Хана и русским именем, такие как Ли Анна, Чен Нина и т. д..

Все личные имена составляют ономастическое пространство какой-либо территории и представляют собой особую, уникальную лексику, которая отражает культурное сознание, мировидение людей, проживающих на данной территории. [6] Язык, культура, обычаи изменяются после этнической миграции. Под влиянием местной политики, гуманитарных наук и культуры произошло слияние русской культуры и новой культуры, что также оказало большое влияние на русское именование новорожденных. Имена людей - история народа. В любой культуре имя человека выступает как социально-культурный знак. Система личных имён любого языка, уходящая корнями в глубокую историю, несёт на себе отпечаток национального самосознания народа и включает особую национальную картину мира [8]. Можно сказать, что смена названия русской народности отражает развитие истории, интеграцию разных культур.

Библиографический список

1. 百度百科 <https://baike.baidu.com/item/俄罗斯族/155946?fr=aladdin>
2. 中国俄罗斯族 <https://www.aixdzs.com/d/55/55536/>

3. Се Х. Китайские имена: история, значение // Интерпретация текста: лингвистический, литературоведческий и методический аспекты. 2013. No 6. – С. 219.
4. 姓名学 Антропонимика. Пекин, 2006. – 361 с.
5. Бондалетов В.Д. Русская ономастика. М., 1983 [Электронный ресурс] – URL: <http://www.twirpx.com/file/773198/>
6. Дмитриева Л.М., Фаткина К.В. Как нас зовут: барнаульцы и их имена / – Барнаул: изд-во Алтайского гос. ун-та, 2014. – 48 с.
7. Заповеди Янь – китайская мудрость; сост. Ганминхуа. – Пекин: Междунар. радио Китая, 1997. – 87 с.
8. Петрова С. М. Роль «знаковых» слов в художественном тексте как форма активации познавательной деятельности обучающихся. В сборнике научных трудов: Актуальные проблемы развития науки и образования Международной научно-практической конференции: в 7 частях. ООО «Ар-Консалт». - 2014. - С. 15-16.

Lidia Mikhailovna Dmitrieva,
Zhao Chenxi
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia, China

COMPARISON OF PERSONAL NAMES OF RUSSIANS IN THE ALTAI REGION IN XINJIANG AND IN THE ALTAI TERRITORY IN RUSSIA

Annotation. This article mainly explores the changes in the personal names of Russians living in the Altai region in Xinjiang in China, and compares them with the names of Russians in the Altai Territory of Russia. The effects of changing language, culture and customs on changing personal names after ethnic migration will be analysed.

Keywords:

Russian nation, Altai, change of personal names, comparison of names.

Надежда Николаевна Пивкина

*Российский государственный аграрный заочный университет
Россия, Балашиха*

ГЕРМАНСКОЕ АЛТАЕВЕДЕНИЕ: АЛЕКСАНДР ФОН ГУМБОЛЬДТ, ИОГАН ПЕТЕР ФАЛЬК, ФИЛИПП РИДДЕР

Аннотация. Алтай — часть большой России. Издавна «Жемчужина, гордость Сибири» привлекала многочисленных зарубежных, писателей, художников, ученых. В центре внимания вклад немецких ученых-исследователей в изучение, развитие Алтая. Александр фон Гумбольдт, Иоган Петер Фальк, Филипп Риддер впервые перед ученым миром в полной мере раскрыли все многообразие и богатство Сибири.

Ключевые слова: Алтаеведение, исследование Алтая, Сибирь, немецкие исследователи.

Nadezhda Nikolaevna Pivkina
Russian State Agrarian Correspondence University
Balashikha, Russia

독일 스튜디오: ALEXANDER VON HUMBOLDT, JOHAN PETER FALK, PHILIP RIDDER

요약. 알타이는 큰 러시아의 일부입니다. "시베리아의 자부심, 진주" 이후 오랫동안 수많은 외국인, 작가, 예술가, 과학자들을 끌어 들였습니다. 초점은 독일 연구 과학자들이 알타이의 연구, 개발에 기여하는 데 있습니다. 과학계가 시베리아의 모든 다양성과 부를 완전히 밝히기 전에가 처음으로 공개했습니다. 키워드: 알타이 연구, 알타이 연구, 시베리아, 독일 연구원

Altai is part of greater Russia. The artist Vyacheslav Shishkov called Altai "Pearl, pride of Siberia, fairy-tale land". Altai is one of the richest places in the world. The Altai territory and its natural resources were known in Russia long before it became part of the Russian state. However, the knowledge of the far outskirts remained very scarce for a long time, often legendary. Altai is famous for its unique deposits of jasper, porphyry, marble, granite, mineral and drinking water, natural therapeutic mud, ochre, precious metals, iron ore. And the real pride of Altai is its people, people who wanted and were able to work for its benefit. These are people who believed in our region, sought to make it better, more beautiful, each in their own way contributed to the development and multiplication of the riches of the region.

German scientists made a huge contribution to the study of Altai. They left a deep mark on the history of Altai and Barnaul. These were not only famous German scientists, but also outstanding Russian Germans who found their new homeland here in the Altai. German mining engineers, craftsmen and specialists who created the second most important mining complex in Russia - the Altai mountain district - left a good memory of themselves. For a hundred years, the district held the first place in the Russian Empire in silver mining, the second - in copper and the third - in gold mining. The mines of Zmeinogorsk system became the richest silver pantry Russia. The Barnaul silver melting plant was considered to be the largest. Therefore, it is no accident that Barnaul in a short time from a small factory settlement became a "mountain city" - one of the largest in Siberia. The term "mountain city" is natural: all spheres of life in Barnaul were subordinated to mining production. Russian history knows only two "mountain cities" - Yekaterinburg and Barnaul. Doctors, local historians, educators, linguists from among the Russian Germans and visiting scientists also worked for the benefit of the Altai.

The first Germans appeared in the Altai at the beginning of the XVIII century. In those years they were mining engineers associated with the Demidov factories. These were powerful for their time, well-equipped enterprises: a copper smelter, a blacksmith, a roasting mill, a saw mill, workshops; dams; a fortress with an office, barracks, powder and food barns; and the houses of artisans surrounding the fortress. The factory had extremely difficult living conditions, hard labor, and the transfer of freelance craftsmen to the position of "forever given"[2]. At the beginning of the 17th century, the South-East of Western Siberia was in the sphere of economic development. On the other side of the region, the possibilities of iron ore mining attracted attention.

In Russia the Germans appeared more than five hundred years ago and began to make a significant contribution to the economy, culture and art of Russia. Various reasons attracted these people to Russia. A significant number of Germans moved to the Moscow

state during the reign of Grand Dukes Ivan III and Vasily III in the 15-16 centuries [2]. During the reign of Ivan the terrible, the share of Germans in the population of cities became so significant that in many of them there were blocks of compact residence of the German expat community, the so-called German settlements, the largest and most famous of which was in Moscow. First of all, the Moscow tsarist throne was interested in foreign military specialists - gunsmiths, gun casting masters, sappers. German officers served as instructors in the tsarist army, passing on the European experience of organization, possession of modern weapons and tactics. Foreign engineers and mining masters were in great demand in Muscovy. Foreign medical specialists were also important for the Moscow court. The country had its own healers, but there were no educated doctors and pharmacists [3]. It was widely practiced to invite foreign scientists, military personnel, diplomats, and artists to Russia, and many of them were Germans. The descendants of these people often settled in Russia, and in a significant number of cases retained the German language as the main language, German national identity, belonging to the Lutheran or Catholic Church, and compact residence. The community of Russian Germans in Altai has a rich history that dates back to the Demidov period and dates back several centuries.

In 1829 the largest German scientist Alexander Humboldt (1769-1859) visited Altai. The trip enriched him with new geographical ideas, and during his trip he collected a large collection of minerals and ores. He described his experience in the three-volume book "Central Asia". Their main goal was the mines of the Altai mountain district. During his stay in Barnaul, Humboldt visited the Barnaul silver smelter and the city's museums. The chief of the Kolyvano-Voskresensk factories and the Tomsk civil Governor P. K. Frolov received important guests. During his stay in Barnaul and Altai, the scientist was provided with all the necessary materials and support. This was directly handled by the head of the Kolyvano-Voskresensk factories and the Tomsk civil Governor P. K. Frolov. Humboldt noted with satisfaction "the pleasant hours of the interview with the chief of the factories." Travelers were shown all the sights of Barnaul, including the Museum. On the instructions of P. K. Frolov, a special book "Handwritten signatures of persons who honored the Barnaul Museum with their visit" was printed. The first entry in this book of reviews was made on July 4, 1829 by Humboldt:

"nowhere, in either hemisphere, I have seen granites that would represent a clearer character of eruptive or overflowing rocks, as the granites surrounding Altai" [5].

After spending a few days in Barnaul, Humboldt went to the mountain Kolyvan. He visited with his companions a Stone-cutting plant located in the village of Kolyvan. Humboldt collected a collection of minerals on lake Kolyvansky. Then he inspected the mine on Zmeinaya mountain in Zmeinogorsk, the silver smelter and the horse-drawn railway, the first in Russia. Then the Humboldt expedition left Zmeinogorsk and headed for Ust-Kamenogorsk.

In 1788, by order of Catherine II, the Cabinet organized expeditions to the mine of various porphyry and other stones and ores. The leaders of the search parties were exclusively local mining specialists: P. T. Shangin, F. Ridder, B. Kluge, Lindenthal, and others. Research covered a vast territory, although the main focus was still on the search for minerals in the mountains.

Foreign specialists found a second home in Russia, they helped a lot, introducing techniques, fossils, etc., Russian Western European processing of gems and ornamental stones. One of the famous mining engineers who worked in Altai was Philip Ridder (1759 - 1838), who served at the Kolyvano-Voskresenskiye factories, and then was in charge of the smelting production at the copper smelter, where he made a number of significant proposals to improve the technology and organization of work. In 1781 Ridder was sent by the head of the Kolyvan-Voskresensk factories, major General of artillery B. I. Meller to the Nerchinsk

mountain district to deliver lead to Kolyvan. On his return, until 1782, he was at the Barnaul factory as the head of outbuildings, and for the next two years at the disposal of the head of the forest part of the district. He went to search for various kinds of ores and stones, where he found green and light red aquamarines and quartzites. The newly discovered ore mine became known as the Ridder mine. Throughout his career, Philip Philipovich Ridder was at the production associated with difficult and dangerous working conditions, smelters and mines, with almost no breaks for rest.

Another outstanding scientific researcher of Altai is I. G. Falk. General preparation of expeditions to Russia and Siberia were planned by the Academy of Sciences to study insufficiently explored areas in the XVIII century. Two "physical" expeditions were formed: Orenburg and Astrakhan (they got their name from the localities where they went) [4].

Astrakhan detachments studied the South of Russia, the southern coast of the Caspian sea and Transcaucasia. Falk's detachment left Petersburg on September 5, 1768. Its membership was composed of students from Ivan Bykov, Mikhail Lebedev, Stepan Kashkarev. The route of the expedition passed through the Volga regions, the Caspian steppes to the southern Urals, then to the TRANS-Urals and Western Siberia to the foothills of the Altai (Zmeinogorsk, Barnaul). Then back West through Tobolsk, Tyumen, Yekaterinburg to Kazan. *The notes of Johann Falk were published as two separate volumes of the multi-volume edition of the complete collection of scientific travels in Russia (1825)*. Falk's travel notes contained the most interesting information about the population of the places of Altai that he visited [4].

**Первая горная и заводская работа при
Колыванскихъ рудныхъ горахъ, производима
была прежними жителями странъ верхняго
Иртыша, Оби и пр. Ихъ называютъ Чудь,
Чудаки или Чудские жители, которое есть об-
щее названіе прежнихъ народовъ, происходя-
щее отъ Чуди, т. е. чудака, балагуръ, или
странный человекъ, каковыми можетъ быть,
дѣйствительно первые Русские нашли Сибир-
яковъ. Но неизвѣстно, всѣ ли Чуди въ Ко-
лыванской странѣ вымерли, или въ какомъ на-
родѣ и въ какой странѣ живутъ нынѣ ихъ
потомки. Курганы ихъ и находимыя въ оныхъ
упвари, неизбѣжные развалины древнихъ селеній
и многія другія обстоятельства свидѣтель-
ствуютъ, что они были народъ кочующій,
вѣроятно Монголы, славившіеся своею муд-
ростию и постановленіями, и удалившіеся
въ Эюгорію.**

In addition, he sent to the Academy of Sciences from the expedition "living animals", "fossils" that were rare and beautiful [1].

During travels in Siberia, German scientists collected a huge amount of material on the history, geography, economy and Ethnography of this region. It was an amazing scale of research assault on the remote outskirts of the country that brought a lot of new things to world science. Their work has not lost its scientific significance to this day.

References

1. Falk I. P. Complete collection of scientists traveling in Russia, published by the Imperial Academy of Sciences, at the suggestion of its President, with a note, explanation and Supplement. vol. 6. Notes of the journey of academician Falk /Per.with him. P. Petrov. SPb.: At Imp. an,1824.

2. Germans of Russia. Encyclopedia. - Moscow: Publishing House «Public Academy of Sciences of Russian Germans», Vol.3., 2006. – 893 p.
3. History of Russian Germans [Electronic resource] – URL//.: <https://geschichte.rusdeutsch.ru/>
4. Noskova O. L. Johan Peter Falk –a follower of Carl Linnaeus in Russia. Proceedings of the Samara scientific center of the Russian Academy of Sciences, Vol. 9, No. 4.2007. – pp. 1103-1106.
5. Russian Geographyc Society [Electronic resource] – URL//.: <https://zen.yandex.ru/media/rgo/v-rossiiu-s-liuboviu-chto-iskal-i-nashel-nemeckii-uchenyi-na-russkoi-zemle-5d7faccaf557d000ae4a5e15>

Nadezhda Nikolaevna Pivkina
 Russian State Agrarian Correspondence University
 Balashikha, Russia

GERMAN ALTAI STUDIES: ALEXANDER VON HUMBOLDT, JOHAN PETER FALK,
 PHILIP RIDDER

Annotation. Altai is part of big Russia. Long since "The pearl, pride of Siberia" attracted numerous foreign, writers, artists, scientists. The focus is on the contribution of German research scientists to the study, development of Altai. Alexander von Humboldt, Johan Peter Falk, Philip Ridder for the first time before the scientific world fully revealed all the diversity and wealth of Siberia.

Keywords: Altai studies, Altai research, Siberia, German researchers.

Светлана Валерьевна Шелкова

*Кубанский государственный технологический университет
 Россия, Краснодар*

ФОНЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДРЕВНЕГЕРМАНСКИХ ЯЗЫКОВ

Аннотация. В статье дается описание фонетических особенностей германских языков. Фонетические особенности даны в следующем порядке: описание германского словесного ударения, особенности произношения германских гласных и согласных звуков, основные фонетические законы, в том числе первый перебой согласных, закон Вернера, второй перебой согласных.

Ключевые слова: германские языки, фонетические законы, историческая фонетика, история английского языка.

Svetlana Valerievna Shelkova
 Kuban State University of Technology
 Krasnodar, Russia

OLD GERMANIC LANGUAGES의 전망

요약. 이 기사는 게르만 언어의 발음 기능을 설명합니다. 음성 기능은 게르만 언어 스트레스에 대한 설명, 게르만 모음 및 자음의 발음 기능, 자음의 첫 번째 중단, 베르너의 법칙, 자음의 두 번째 중단을 포함한 기본 음성 법칙의 순서로 제공됩니다.

키워드: 게르만어, 음성 법, 역사적 음성학, 영어 역사.

Описание фонетических особенностей древнегерманских языков включает рассмотрение словесного ударения, структурных особенностей гласных и согласных, фонетических законов (Закон Гримма, закон Вернера, Второй перебой согласных) в формировании системы языка.

Ударение в языках протоиндоевропейской и индоевропейской семьи изначально было свободным (любая часть слова могла быть ударной) и тоническим [2, с. 50; 4, с. 29]. Соответственно, ударение в древнегерманских, как и в других индоевропейских языках, было свободным или подвижным изначально. Позже ударение в германских языках закрепилось на первом слоге. Этот ударный слог приходился, как правило, на корневую морфему, иногда реже на приставку. Следовательно, положение ударения в слове стало устойчивым. Кроме того, германское ударение было динамичным [2, с. 50; 4, с. 30]. Так как ударение фиксировалось на корне, то ослабление звуков сказалось на сокращении грамматических окончаний позже.

Индоевропейские гласные были долгими (\bar{i} , \bar{e} , \bar{a} , \bar{o} , \bar{u}) и краткими (i , e , a , o , u). Гласные претерпевали качественные, количественные, позиционные и спонтанные изменения в протогерманских языках, определившие формирование гласных в германских языках. Общие качественные изменения гласных заключались в замене индоевропейского o на a в германских языках [4, с. 32; 6], а также в мутации гласных в германских языках – превращении индоевропейского e в i или e в германских языках и индоевропейского u в u или o в германских соответственно [6].

Суть изменений представим на примерах. Латинскому слову *nox* 'ночь' соответствует готское *nahts*. Далее готское *nahts* несколько изменилось, в современном немецком ему соответствует *Nacht*. Рассмотрим еще один пример. Русское слово *мать*, латинское *mater* имеют аналог в древнеисландском, как *móðir*, или *mōðog* в древнеанглийском (в современном английском ему соответствует *mother*). Вновь качественное изменение индоевропейской гласной a : на o в германских.

Примеры мутации индоевропейских гласных. Латинское *ventus*, русское *ветер* имеют аналог в готском языке, как *winds* ($e > i$). Русское *сын*, литовское *sunus* 'сын' имеют соответствия, как *sunr* 'сын' в древнеисландском и *sunu* 'сын' в древнеанглийском языках.

Германская консонантная система описана посредством фонетических законов (Гримма, Вернера). Несколько особняком стоит фонетический закон второго перебора согласных в германских языках (второй закон Гримма), поскольку последний закон преимущественно описывает древневерхнегерманский язык.

Система индоевропейских согласных состояла из сонорных (m , n , r , l), взрывных (p , t , k , b , d , g), щелевого (s). Индоевропейские взрывные согласные подверглись серьезным изменениям в германских языках, произошедших в период от XVI века до нашей эры до I века. Исторические изменения исследовались разными учеными одновременно, что свидетельствует об актуальности сравнительно-исторического метода в то время. Первым заявил о закономерностях изменений определенных индоевропейских согласных в германских языках был Р. Раск. Приблизительно в это же время открытие подтвердил Я. Гримм. В лингвистике феномен регулярного соответствия индоевропейских согласных германским согласным именуется как закон Гримма [4, с. 25; 6; 3; 1]. Суть открытия заключается в следующем: индоевропейским глухим взрывным согласным (p , t , k) соответствуют германские глухие щелевые (f , F , h), индоевропейским звонким взрывным согласным (b , d , g) соответствуют глухие

взрывные согласные (p, t, k), индоевропейским звонким взрывным согласным (b, d, g) с аспирацией соответствуют звонкие взрывные согласные (b, d, g) без аспирации. Соответствия между индоевропейскими (негерманскими языками, главным образом латинским, греческим, санскритом и русским) и германскими согласными сгруппированы по трем категориям.

Приведем некоторые примеры, описывающие закон Гримма. Индоевропейское p переходит в германское f. Соответствия латинскому piscis 'рыба', русскому пескарь – древнеанглийское fisc 'рыба', готское fisks 'рыба', современное английское слово fish 'рыба'. Аналогично индоевропейское d переходит в t в германских языках. Латинское edere 'есть' соответствует древнеанглийскому etan 'есть' и современному английскому eat 'есть'. Санскритскому (индоевропейскому) bh с аспирацией соответствует германское b без аспирации. Санскритское bhrtar 'брат' соответствует слову broðor 'брат' в древнеанглийском языке.

Сказанное представим в таблице 1 с полным описанием примеров на каждый случай буквенного соответствия.

Таблица 1

Закон Гримма (первый перебой согласных)

1. Индоевропейским глухим взрывным согласным (p, t, k) соответствуют германские глухие щелевые (f, þ, h).			
Буквенные соответствия		Примеры	
		Негерманские языки	Германские языки
p	f	латинское piscis русское пескарь	древнеанглийское fisc 'рыба' готское fisks 'рыба' современное английское fish 'рыба'
t	þ	латинское tres 'три' русское три	древнеанглийское þreo 'три' готское þreis 'три' современное английское three 'три'
з k	h	латинское noctem 'ночь'	готское nahts 'ночь'

2. Индоевропейским звонким взрывным согласным (b, d, g) соответствуют глухие взрывные согласные (p, t, k).			
Буквенные соответствия		Примеры	
		Негерманские языки	Германские языки
b	p	русское болото русское слабость	древнеанглийское pol древнеанглийское slæpan 'спать' современное английское sleep 'спать'
d	t	латинское edere 'есть'	древнеанглийское etan 'есть' NE eat 'есть'
g	k	латинское granum 'зерно'	готское kaurn 'зерно' современное английское corn 'зерно, кукуруза'

Индоевропейским звонким взрывным согласным (b, d, g) с аспирацией соответствуют звонкие взрывные согласные (b, d, g) без аспирации.			
Буквенные соответствия		Примеры	
		Негерманские языки	Германские языки
bh	b	санскр. bhratar 'брат' санскр. bharami 'нести, рожать'	древнеанглийское broðor 'брат' древнеанглийское beran 'нести, рожать'
dh	d	Sanskrit. madhu русское мёд	древнеанглийское medu
gh	g	латинское hostis 'враг' русское гость	готское gasts 'гость' древнеанглийское Ziest 'гость' современное немецкое Gast 'гость' современное английское guest 'гость'

Причины первого перебоя согласных до сих пор не ясны. Основными способами объяснения регулярных переходов согласных объясняются либо внутренними факторами, либо внешним воздействием. Скорее всего, внутренние и внешние воздействия взаимно определяли изменения германских согласных.

Соответствия между согласными, однако, были регулярными только в том случае, если непостоянное индоевропейское ударение падало на гласный, предшествующий согласному, или если согласный стоял в начале слова. Например, греческое `deka 'десять', русское десять – в готском taihun 'десять'. Закон Гримма срабатывает: индоевропейское d переходит в t.

Если, однако, предшествующий гласный в индоевропейском и древнегерманском языках не был ударным, то индоевропейские p, t, k становились звонкими взрывными (b, d g), а не глухими щелевыми (f, P, h) в германских языках [4, 28]. Например, греческое de`kas 'десять', русское десяток соответствуют готскому `tigus 'десять'.

Исключения из закона Гримма были объяснены Карлом Вернером в 1877 году и были названы законом Вернера. Если индоевропейскому глухому взрывному согласному предшествовал безударный гласный, то глухой щелевой по закону Гримма, становился звонким, а позже этот звонкий щелевой становился звонким взрывным [2, с. 64; 4, с. 28; 6]. Озвончение глухих щелевых по закону Вернера представлено в таблице 2. К буквенным соответствиям закона Вернера (глухие щелевые p, t, k переходят в звонкие взрывные b, d g под воздействием ударения) прилагаются примеры из негерманских языков с соответствиями в древнегерманских и современных германских языках.

Таблица 2

Закон Вернера (озвончение глухих щелевых)

Буквенные соответствия		Примеры		
		Негерманские языки	Древнегерманские языки	Современные германские языки
p	f > v	латинское caput 'голова'	готское haubīr 'голова', древнеисландск. haufōð 'голова', древнеанглийское hēafod [v] 'голова'	шведское huvud 'голова', немецкое Haupt 'голова', английское head 'голова'
t	θ > ð, d	древнеинд. satam 'сто', русское сто	готское hund 'сто', древнеисландск. hundrað 'сто', древнеанглийское hund 'сто'	немецкое Hundert 'сто', шведское hundrade 'сто', английское hundred 'сто'
k	x > γ, g	латинское socrus 'свекровь', R свекровь	готское swaíhro 'свекровь', древневерхненемецкое swigur 'свекровь', древнеанглийское swezer 'свекровь'	немецкое Schwager 'свекровь'
s	s > z	латинское auris 'глаз', литовское ausis 'глаз'	готское auso 'глаз', древнеисландск. eyra 'глаз', древнеанглийское ēare 'глаз'	шведское öra 'глаз', немецкое Ohr 'глаз', английское ear 'глаз'

Второй перебой согласных произошел между V и VII веками в древневерхненемецких диалектах [5, С. 19]. Согласно закону произошли изменения в готском, древнеанглийском и немецком языках. Изменения произошли внутри германских языков. Звонкие взрывные b, d, g изменились на глухие, соответственно, p, t, k. Глухие взрывные p, t, k стали pf и f, t – z и s, g – kh или ch[x] соответственно.

Соответствия согласных с примерами представлены в таблице 3.

Таблица 3

Второй перебой согласных

	Общегерманские языки	Верхнегерманские языки	
		в начале слова или после согласного	после гласного
	b	p	p
	p древнеанглийское pōl 'пул' древнеанглийское horian 'надеяться'	pf pfuhl 'пул'	f hoffen 'надеяться'
	t готское taihun 'десять' готское itan 'есть'	z[ts] zehn 'десять'	s essen 'есть'
	d OE don Gt badi (bed)	t tun 'делать'	t bett 'кровать'
	k древнеанглийское storc древнеанглийское macian 'делать'	kh storch	ch[x] machen 'делать'
	g	k	k

Во втором перебое согласных участвуют почти те же ряды согласных (p, t, k, b, d, g), что и в законе Гримма. Результаты второго перебора следующие:

- 1) отсутствие межзубного [θ] в немецком языке;
- 2) исчезновение звука [d], который позже появился из общегерманского Þ (например, готское broþar > немецкое Bruder);
- 3) звуки [p, t, k] в некоторых случаях переходят в [f, s, h], которые стали чаще употребляться в немецком языке.
4. появляется аффрикат [x].

Подведем итог сказанному. Фонетическая система древнегерманских языков имеет свои особенности.

1. Исходное (то есть свободное) индоевропейское тоническое ударение было заменено фиксированных динамической акцентуацией в германских языках. Германский сдвиг ударения представлен в фонетическом законе Вернера.

2. В германских языках не было ни короткого o, ни длинного a. Позже эти звуки появились из разных источников.

3. Германская система согласных возникла в результате изменений, описанных в законе Гримма.

4. Второй перебой согласных определил звуковую систему немецкого языка.

Библиографический список

1. Аракин В.Д. История английского языка. М.: Физматлит, 2011. – 303 с.
2. Арсеньева М.Г. и др. Введение в германскую филологию. М.: ГИС, 2000. –319 с.

3. Иванова И.П. и др. История английского языка: учебник, хрестоматия, словарь. СПб.: Авалон: Азбукаклассика, 2006. – 558 с.
4. Ильиш Б.А. История английского языка. М.: Высшая школа, 1968. – 419 с.
5. Ильиш Б.А. История английского языка. Л.: Просвещение, 1972. – 351 с.
6. Расторгуева Т.А. История английского языка. М.: Астрель: АСТ, 2005. – 350 с.

Svetlana Valerievna Shelkova
Kuban State University of Technology
Krasnodar, Russia

PHONETIC FEATURES OF OLD GERMANIC LANGUAGES

Annotation. The article describes the phonetic features of Germanic languages. Phonetic features are given in the following order: a description of Germanic verbal stress, pronunciation features of Germanic vowels and consonants, basic phonetic laws, including the first interruption of consonants, Werner's law, the second interruption of consonants.

Keywords: Germanic languages, phonetic laws, historical phonetics, English history.

Пань Иншань

*Алтайский государственный университет
Институт массовых коммуникаций филологии и политологии
Россия, Барнаул
Китай*

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ЛАНДШАФТ КАК ЭЛЕМЕНТ КУЛЬТУРНОГО АЗИАТСКОГО-ТИХООКЕАНСКОГО МЕДИАДИСКУРСА

Аннотация. Медиадискурс относится к языку, используемому в медиа-пространстве, который представляет собой нетипичный языковой ландшафт. С развитием сетевых СМИ диалекты всё чаще используются в заголовках новостей городских или региональных СМИ. В нём глубоко выявляется, как определенные региональные группы воспринимают мир, выражают свои эмоции и чувства и общаются с другими группами. В самом деле, в нашей статье обсуждается соотнесённость между медиадискурсом и общественной речью массового населения.

Ключевые слова: лингвистический ландшафт; медиадискурс; диалектные слова

팬 이산

문화의 요소로서의 언어 풍경

아시아 태평양 미디어 코스

추상: 미디어 담론은 비정형 언어 환경 인 미디어 공간에서 사용되는 언어를 말합니다.

온라인 미디어의 개발로 도시 또는 지역 미디어의 헤드 라인에서 방언이 점점 더 많이 사용되고 있습니다. 특정 지역 그룹이 세상을 인식하고 감정과 감정을 표현하며 다른 그룹과 의사 소통하는 방법을 깊이 보여줍니다. 실제로, 우리의 기사는 미디어 담론과 대중 인구의 대중 연설 사이의 상관 관계에 대해 논의합니다.

키워드: 언어 풍경; 미디어 담론; 방언 단어

Изучение лингвистических ландшафтов начинается с конца 1970-х в социолингвистике. Однако предметом массового исследовательского интереса в языковом планировании, социологии, социальной психологии, в исследованиях массмедиа лингвистические ландшафты стали только в начале XXI века.

Лингвистический ландшафт, языковой ландшафт — представленность разных языков в общественных пространствах многоязычных городов или регионов мира, понимаемая как соотношение языков, на которых оформляются вывески, надписи на общественных зданиях, уличная реклама, дорожные знаки и указатели, таблички.

Кирилина, А.В. [1] рассматривает *описание лингвистического ландшафта как новый метод исследования языка в эпоху глобализации*.

Бэкхаус понимает под лингвистическим ландшафтом/пейзажем [2] один из способов описания повседневного существования языка, состоящий в исследовании письменных знаков в общественной сфере (публичном пространстве) городской среды. ЛЛ – относительно новая лингвистическая дисциплина; её теоретические установки находятся в процессе становления. Бэн-Рафаэл, Шохамани, Амара считают, что изучение лингвистического ландшафта позволяет выявить закономерности в «способах, которыми люди, группы ассоциации, институты и государственные учреждения соревнуются в игре символов внутри сложной реальности» [3] ((здесь и далее перевод наш –А.К.).

Б. Спольски и Р.Л. Купер провели исследование языка городской среды Иерусалима [4], поставив следующий вопрос: какой язык и в каком порядке используется в знаках и как этот выбор можно объяснить?

Мы полагаем, что идею лингвистического ландшафта можно успешно использовать при изучении медиадискурса. «Медиадискурс – это совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [5].

Медиадискурс характеризуется особыми признаками. Исследователь М. Р. Желтухина выделяет следующие основные признаки медиадискурса: 1. групповая соотнесённость (адресант разделяет взгляды своей группы); 2. публичность (открытость, ориентированность на массового адресата); 3. диссенсная ориентированность (создание противоречия с последующей дискуссией); 4. инсценированность и массовая направленность (воздействие на несколько групп одновременно [6].

Особый научный интерес представляет изучение культурного медиадискурса. И.В. Василенко полагает, что плотность массива культурного медиадискурса служит показателем общего развития культуры региона и его имиджеформирующим фактором [7]. Исследование текстов на тему культуры в региональных медиа позволит понять, как формируется культурный дискурс региона.

Нас интересует Азиатско-Тихоокеанский региональный культурный медиадискурс и, прежде всего, культурный медиадискурс Китая. В качестве элемента культурного медиадискурса мы рассматриваем языковой ландшафт.

Медиадискурс относится к языку, используемому в медиа-пространстве, который представляет собой нетипичный языковой ландшафт. Его носителями являются газеты, журналы, онлайн-площадки, рекламные страницы и т. д. Он - зеркало языка в стране, её регионе или городе, и играет информационные и символические роли. С развитием сетевых СМИ диалекты всё чаще используются в заголовках новостей городских или региональных СМИ. В 21-м веке такие заголовки новостей образуют оригинальный языковой ландшафт в СМИ Китая.

Диалект - это признак, отражающий региональную культуру, а также комплексная составляющая этой культуры. В нём глубоко выявляется, как определенные региональные группы воспринимают мир, выражают свои эмоции и чувства и общаются с другими группами. Он обладает такими гуманитарными факторами, как культурные традиции, жизненные обычаи и способы коммуникации. С его помощью можно следить за эволюцией социального менталитета, культурных взглядов и образа жизни определённой общественной группы. Использование диалектных слов в заголовках новостей может пополнить региональные СМИ уникальным культурным смыслом и привлекательностью, а также углубить чувство идентификации и культурное уверенность местных жителей. Приведём следующие примеры из городских газет:

В одной гуанчжоуской газете есть такой заголовок: “扮靚”通济桥迎元宵 (Украсить мост Тунцзи в честь Фестиваля фонарей.) Слово 《靚》(Лян) заимствовано из Гуандунского диалекта, которое означает “красиво, красивый”. В провинции Гуандун красивых женщин первоначально на диалекте назывались «Лян нью», а красивых мужчин - «Лян цзяй». Позже слово стало обращением к любым мужчиной или женщиной, независимо от роста и фигуры.

Еще обратите внимание на слово “忽悠”, которое исходит из северо-восточного диалекта. Оно означает “обмануть”, “ложь”. Благодаря популярности фильмов, сериалов и телешоу, рассказывающие о жизни народа северо-востока Китая это слово китайцам очень знакомо. В китайских СМИ, в том числе официальных, часто используют это слово, чтобы подшутить над определённой группой людей и общественным явлениями. Некоторые диалектные слова станут популярными благодаря тому, что они неоднократно возникают в развлекательных телепрограммах, и, таким образом, постепенно входят в систему медиадискурса местных и других диалектных областей, даже официальных СМИ страны. Например, заголовок новости на «Xinhuanet.com» - 习近平：主题教育要实实在在，不能上下忽悠 («Си Цзиньпин: Тематическое образование должно быть реальным, а нельзя обманывать начальников и скрывать от подчиненных). Это новость из тематических репортажей о идеи нашего секретаря Си Цзиньпина о государственном управлении. Использование диалектного слова сократило расстояние между диалогами кадровых работников госорганов и граждан.

По собранным нами данным в СМИ Северо-Восточной части Китая, Гуандун и Сычуан диалектных слов используются больше. Это связано с численностью населения региона, особенностями самого диалекта и продвижением медийных программ т.д. С другой стороны, эти региональные речи относятся к сильному числу. Очевидно, что причины, по которым диалектные слова могут стать заголовками новостей, заключаются в следующих: 1) имеют прочную массовую основу; 2) форма речи соответствует принципу языковой экономии; 3) значение слов богато, и употребляются гибко; 4) вызывают интерес во всей стране. С точки зрения языкового ландшафта это соревнование и переговоры между официальным сильным языком и неофициальным языком в дискурсе СМИ. С наступлением эры средств массовой информации эта тенденция к децентрализации становится все более очевидной. Государственные нормы языка когда-то способствовали стандартизировать заголовки новостей, но с появлением новых форм медиа эти диалектные слова вновь возвращаются к медиадискурсу и исполняет стилистическую функцию. Отказавшись от серьезной речевой интонации, многие официальные СМИ выдвинули предложение

использования речи, которой народу доступная и понятная и помогает в её распространении. Это показывает, что китайские власти уделяют больше внимания общественным мнением и готовы прислушиваться к голосу граждан.

Городские СМИ новостей, рассчитанные на читателей, проживающих в определенной административной зоне, прилагают усилия к локализации содержания и речи новостей, чтобы привлечь внимание читателей, увеличить количество подписок и объем продаж. Разумеется, независимо от того, какая бы форма СМИ - газеты, радио или телевидение, как средство распространения литературной речи, они выполняют функцию просвещения и руководства в стране и отвечают за сохранение единства разных языков и закона и правил языка. В случае, если некоторые диалектные слова широко используются в заголовках СМИ, люди будут активнее употреблять их в повседневной жизни. В этом отражается прагматическая психология народа, ищущая общее и превосходства. Под этим термином понимается лингвокультурологическое психологическое состояние, то есть большинство людей предпочитает следовать моде в употреблении речи и активно используют популярные слова. Поэтому сейчас все городские СМИ сталкиваются с проблемой разумного употребления местных диалектных слов, и мы должны серьезно это изучить.

Библиографический список

1. Кирилина, А.В. Описание лингвистического ландшафта как новый метод исследования языка в эпоху глобализации. Вестник ТвГУ. Серия: Филология (5).2013. – С. 159-167.
2. Backhaus P. Linguistic Landscape. A comparative Study of Urban Multilingualism in Tokio// Multilingual Matters (136). New York; Ontario; Clevelon, 2007. - 158 P.
3. Ben-Rafael, E., Shohamy, E., Amara M.H. & Trumper-Hecht N. Linguistic Landscape as symbolic construction of the public space: the case of Israel [Текст] / E. Ben-Rafael, E. Shohamy, M.H. Amara, N. Trumper-Hecht // International Journal of Multilingualism. – 2006. –Vol. 3 (1). – Pp. 7–30., с. 27.
4. Spolsky, B. & Cooper R.L., The Languages of Jerusalem [Текст] / B. Spolsky, R. L. Cooper. –Oxford: Clarendon Press, 1991. – 166 p.
5. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современнаяанглийскаямедиа речь / Т. Г. Добросклонская. – М.: Наука, 2008. – 264 с.
6. Желтухина М. Р. О содержании дискурса масс-медиа / М. Р. Желтухина // Вісник Луганського педагогічного університету імені Тараса Шевченка. – Луганськ, 2007. – No 11 (128), Ч. 1. – С. 27-40. – Серія «Філологічні науки».
7. Василенко И. В. Культурный дискурс в региональном медиаполе: лингвистические параметры. Дисс. ... канд. филол. наук. Великий Новгород, 2015. – 224 с.

Pan Yinshan
Altai State University
Institute of Mass Communications
of Philology and Political Science
Barnaul, Russia
China

LINGUISTIC LANDSCAPE AS A CULTURAL ELEMENT ASIAN-PACIFIC MEDIA DISCOURSE

Annotation. Media discourse refers to the language used in the media space, which is an atypical language landscape. With the development of online media, dialects are increasingly used in news headlines in urban or regional media. It profoundly reveals how certain regional groups perceive the world, Express their emotions and feelings, and communicate with other groups. In fact, our article discusses the correlation between media discourse and public speech of the mass population.

Keywords: linguistic landscape; media discourse; dialect words.

Ли Чжэн

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

Китай

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ КОНСТРУКЦИИ РУССКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Аннотация: Статья посвящена анализу фразеологических конструкций экономического дискурса в русском языке. Рассматриваются фразеологизмы, имеющие различную смысловую нагрузку, используемые в различных ситуациях. Кроме того, отмечается важность перевода фразеологических единиц экономического дискурса.

Ключевые слова: Экономический дискурс, фразеологическая конструкция, фразеологизм, специфика перевода.

리 정

러시아 경제 담론의 문구 구성

추상: 이 기사는 러시아어 경제 담론의 문구 구성 분석에 전념하고 있습니다. 다른 상황에서 사용되는 의미 론적 하중이 다른 문법이 고려됩니다. 또한 경제 담론의 문구 단위 번역의 중요성에 주목합니다.

핵심 단어: 경제 담론, 문구 구성, 문법, 번역의 세부 사항.

Достаточно большое количество фразеологизмов с экономическим компонентом [1. 2. 3. .4] используется в повседневном обиходе. Актуальной в данном случае является тема денег. Такие фразеологизмы, как «купаться в деньгах», «денег, как грязи», «куры денег не клюют», используются для указания на очень большое количество денег у кого-либо, на роскошь и богатство. Фразеологизмы «грязные деньги» и «деньги не пахнут» используются в противоположном значении. В первом случае речь идет о деньгах, полученных нечестным путем, во втором случае, наоборот,

не имеет значение каким образом получены деньги. Для обозначения чего-либо очень затратного, потребовавшего больших вложений используют такие выражения, как «бить по карману», «влететь в копеечку». «Денег в обрез», «сидеть на мели» используют в значении находиться в очень сложном финансовом положении.

Экономический дискурс является достаточно распространенным в русском языке и содержит широкий спектр специальных понятий и специализированную терминологию. Кроме того, в современном языке употребляется большое количество фразеологических конструкций, содержащих экономический компонент. Отметим, что специфика перевода данного рода фразеологизмов, на наш взгляд, является актуальной задачей, так как сфера экономики развивается очень быстро, что не может не отражаться и на развитии языка в целом.

В состав дискурса определенной тематики входят тексты, которые непосредственно взаимосвязаны с такими аспектами, как контекст, различного рода психологическими аспектами, а также коммуникативной целью автора и его когнитивными установками. Автор, в свою очередь, взаимодействует с читателем, распространяя тексты экономической тематики. На возникновение экономического дискурса оказывает влияние процесс коммуникации между людьми в экономической сфере, который подвержен воздействию различных факторов.

Рассматривая фразеологические конструкции русского языка с экономическим компонентом, стоит выделить группу, где в состав фразеологизма входит колоративное прилагательное. Отметим некоторые значения, в которых используются данные фразеологизмы. С одной стороны, они могут иметь значение термина – «золотая валюта / стандарт»; с другой стороны, используются для выражения иронии и негативного отношения – «черный нал».

С точки зрения происхождения, выделяют русские фразеологизмы, среди которых «серая схема», «белые деньги», а также заимствованные из других языков – «голубые фишки».

Колоративный компонент в данных конструкциях позволяет создавать у человека определенные зрительные ассоциации, кроме того, значительно украшает текст. А универсальность данного компонента способствует его использованию в различных текстах, текстах разных стилей.

Одним из наиболее популярных выражений в экономическом дискурсе является «выйти из тени», что означает перестать быть нелегальным, стать законным. Довольно часто приведенная фразеологическая конструкция встречается в экономических текстах, которые связаны с деньгами, прибылью, финансами, владельцами бизнеса, предпринимателями и др. Выражение «выйти из тени» появилось благодаря значением слов, которые входят в его состав. Слово «выйти» имеет значение «уйти, удалиться, покинуть пределы чего-либо». «Из тени» имеет три значения, такие как «конкретное место, которое защищено от прямых солнечных лучей», второе значение «темное отражение на поверхности чего-либо от какого-то предмета, который освещен с противоположной стороны, а также «подозрение в совершении каких-то действий – иными словами перестать заниматься подпольной деятельностью и начать зарабатывать легально».

Также с данным фразеологизмом связан термин в экономическом дискурсе «теневая экономика», что представляет собой экономическую деятельность, которая тщательно скрыта от общества и государства, с целью осуществления деятельности без контроля и учета со стороны государства.

На основе вышеизложенного мы пришли к выводу, что тексты с экономическим содержанием содержат характерные стилистические, риторические, а также языковые

средства. Для написания данных текстов используются устойчивые сочетания двух или более слов, а также фразеологические конструкции. При переводе экономических дискурсов у переводчиков возникают сложности, связанные с недостаточными знаниями в области экономики. Изучение специфики перевода фразеологических конструкций в экономическом дискурсе представляется важным, поскольку в экономической сфере возникают и проявляются новые тенденции в развитии языка.

Любой язык подвержен изменению, что обусловлено устареванием и выходом из употребления одних выражений и приходом других, которые начинают активно использоваться. Экономика характеризуется как наиболее быстро меняющейся сферой жизни людей. Для качественного перевода текстов с экономическим содержанием важно не только обладать знаниями иностранного языка, но и иметь знания в области экономики.

Библиографический список

1. Лазарев, В.А. Современный экономический дискурс: информационная основа культурной адаптации / В.А. Лазарев, А.М. Величко // Гуманитарные и социальные науки. – 2016. – №6. – С. 90-95.
2. Селиверстова, Е.И. Языком фразеологии об экономике и политике / Е.И. Селиверстова // Филология и культура. – 2015. – №2. – С. 107-115.
3. Стоянова, Т.Я. Фразеологизмы в экономических текстах печатных СМИ и возможности их использования в обучении РКИ / Т.Я. Стоянова // Русский язык за рубежом. – 2018. – №4. – С. 61-67.
4. Цзе Чжан Фразеологизмы с колоративным компонентом в экономической сфере конца XX - начала XXI в / Чжан Цзе // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2018. – С. 97-100.

Li Chzhan

Altai State University
Institute of Mass Communications
of Philology and Political Science
Barnaul, Russia,
China

THE PHRASEOLOGICAL STRUCTURE OF THE RUSSIAN ECONOMIC DISCOURSE

Annotation. The article is devoted to the analysis of phraseological constructions of economic discourse in the Russian language. The article considers phraseological units that have different meanings and are used in different situations. In addition, the importance of translating phraseological units of economic discourse is noted.

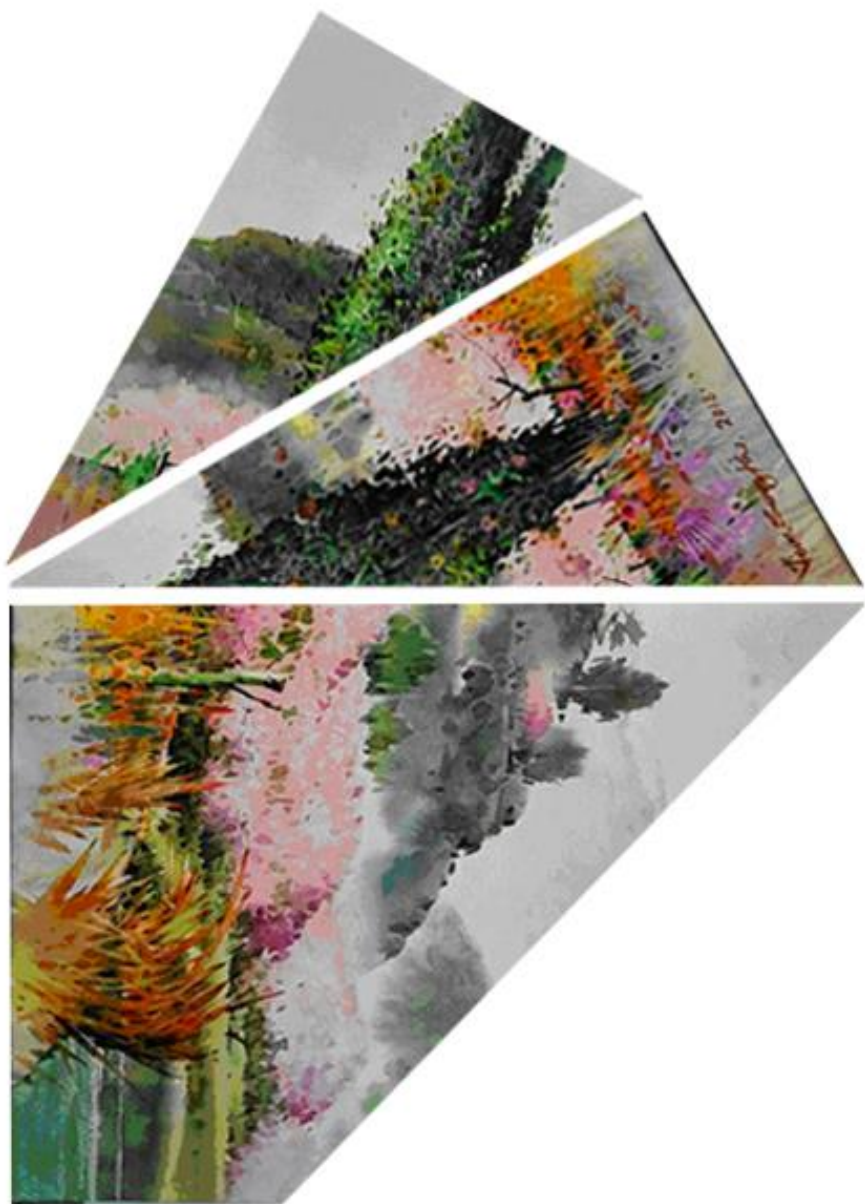
Key words: Economic discourse, phraseological construction, phraseological unit, specificity of translation.

Р
а
з
д
е
л
3

И
З
М
Е
Р
Е
Н
И
Я

П
У
Б
Л
И
Ц
И
С
Т
И
Ч
Е
С
К
О
Е
,
С
О
Ц
И
О
Л
О
Г
И
Ч
Е
С
К
О
Е

А
Л
Т
А
Й
С
К
А
Я
Д
И
С
К
У
Р
С
И
Я
:
Х
У
Д
О
Ж
Е
С
Т
В
Е
Н
Н
О
Е
,





Ирина Юрьевна Качесова

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

МЕТАМОРФОЗЫ МИРОСТРОЕНИЯ, ИЛИ СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ОПИСАНИЯ ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИК В ТВОРЧЕСТВЕ В.М.ШУКШИНА

Аннотация: В статье описывается взаимодействие двух типов текста В.М.Шукшина: кинотекста и литературного текста. Описание базируется на основе анализа дискурсивных практик. Дискурсивные практики представлены в качестве способ моделирования текстового мира. В качестве базового аспекта исследования выбирается структурно-семантический.

Abstract: The article describes the interaction of two types of V.M. Shukshin's text: film text and literary text. The description is based on the analysis of discourse practices. Discursive practices are presented as a way of modeling the text world. The structural and semantic aspect is chosen as the basic aspect of the research.

Ключевые слова: дискурс, эпический текст, киносценарный текст, моделирование.

Keywords: discourse, epic text, film text, modeling.

Irina Yuryevna Kachesova

Altai State University

Institute of Mass Communications of Philology and Political Science

Barnaul, Russia

PEACE-BUILDING의 미터법,

V.M.의 세계에서 파괴적인 변화를 겪고있는 교육의 또는 스트럭처 -SEMANTIC ASPECT 요약. 이 기사는 V.M.의 두 가지 유형의 텍스트의 상호 작용에 대해 설명합니다. Shukshin: 영화 텍스트와 문학 텍스트. 설명은 설득력있는 관행의 분석을 기반으로합니다. 텍스트 세계를 모델링하는 방법으로 설득력있는 관행이 제시됩니다. 구조 의미론은 연구의 기본 측면으로 선택됩니다

키워드: 담론, 서사시 텍스트, 스크립트 텍스트, 모델링.

Исследование филологического знания в качестве структурообразующей базы моделирования мироорганизации человека предпринимались многими учеными. В частности, Ю.М.Лотман, рассуждая о тексте как смыслопорождающем устройстве, писал так: «Вопрос этот находит параллель с нерешенной проблемой начала культуры и начала жизни» [Лотман, с.4]. В этом смысле интересен статус текста. Текст, с одной стороны, является способом репрезентации субъектного (миросозидающего) видения, с другой стороны, текст можно рассмотреть и как инструмент моделирования, и как результат моделирования. Соответственно, пространство художественного текста можно изучать с точки зрения анализа способов моделирования. И в этом смысле автор художественного текста становится своеобразным демиургом, порождающим

собственный мир. Но остается открытым вопрос: что является точкой запуска такого рода моделирования? Ответ на этот вопрос лежит в плоскости анализа картины мира человека и дискурсивных практик, порождаемых этой картиной мира.

В данной статье исследуется художественный мир В.М.Шукшина с точки зрения анализа дискурсивных практик. Стало общим местом рассуждение о многообразии творческой манеры В.М.Шукшина: он писатель, режиссер и актер. Большинство исследователей три грани творчества В.М.Шукшина соотносят как равноправные. На наш взгляд, основополагающим фактором, формирующим доминанту картины мира В.М.Шукшина, является кинематографичность. Именно режиссерский взгляд породил кинодискурс, сквозь призму которого необходимо рассматривать все творчество мастера. Соответственно, все художественные тексты (и рассказы, и киноповести, и романы), попадая в ряд трансформаций первичный текст – вторичный текст, лишаются линейного, синтагматического, способа описания, при котором первичным текстом признается текст рассказов (потому что этот текст был раньше написан), а вторичным текстом считается текст киноповести (так как киноповести писались В.М.Шукшиным на основе рассказов). Кинематографичность заставляет исследователя применить иной, нелинейный, способ описания. Признавая, что тексты В.М.Шукшиным писались в разное время, понимая, что признак хронологии используется многими исследователями в качестве базового признака при описании творчества писателя, определяя отношения между текстами с позиции выводимости структур, в рамках данной статьи предлагается иной взгляд на способ моделирования. Кинематографичны не только вторичные тексты (киноповести, романы и т.д.). Даже в текстах рассказов уже есть признаки кинодискурса (хотя, справедливости ради, в текстах киноповестей таких признаков гораздо больше). Именно кинозгляд является той отправной точкой, которая задает особое кинематографическое видение. Дискурсивные практики, заданные кинематографическим видением В.М.Шукшина-режиссера, определяют способы моделирования художественного пространства на уровне всего творчества.

Каковы же формальные критерии, по которым осуществляется моделирование? Для киномира В.М.Шукшина характерна жесткая структурная организация. Линейный анализ, предпринятый ранее (см., например, [Качесова, 1998]) показал, что В.М.Шукшин преобразовывал тексты рассказов, подстраивая их структуру под требования кинодискурса: отношения между текстами характеризуются как отношения деривации и трансформации. Структура одного текста «выводится» из структуры другого. В качестве единицы анализа выбирается фрагмент синтаксической композиции (абзац, сложное синтаксическое целое, диалогическое единство).

Нелинейный взгляд предполагает иной, полевой, способ моделирования. Кинематографичность является ядром дискурсивного поля, периферийные компоненты представлены формальными способами презентации кинодискурса. Категория поля в современной филологии традиционно описывается как языковая категория (см., например, работы А.В.Бондарко, посвященные описанию формально-семантических полей, Г.С.Щура по теориям поля в лингвистике и т.д.), которая в качестве факультативных средств может использовать и неязыковые признаки. В рамках полевого описания важным является принципиальное разнообразие периферийных способов выражения ядерного компонента. Если рассматривать тексты В.М.Шукшина с точки зрения полевого моделирования, то в качестве периферийных средств выражения будут описываться не только собственно средства языка (такие, как единицы синтаксической композиции, порядок слов, лексические единицы), но и

средства, выходящие за рамки лингвистики (такие, как раскадровка, принцип монтажа и т.д.)

Рассмотрим взаимоотношения текстов В.М.Шукшина с точки зрения полевой организации художественного мира. Тексты В.М.Шукшина взаимодействуют между собой, организуя полевое пространство, объединенное идеей кинематографичности. Способ взаимодействия – структурно-семантическая выводимость.

В процессе порождения синтаксической композиции киносценарного текста участвуют компоненты синтаксической композиции, получающие новое содержательное наполнение. Причиной данного изменения является новая функциональная нагрузка компонента синтаксической композиции в результате принадлежности текста к иному, по сравнению с эпикой, роду литературы. Актуальной в этом отношении категорией является категория экспрессивности, посредством которой происходит усиление киносценарного потенциала фрагмента синтаксической композиции. В качестве единиц вторичного текста выступают абзац, диалогическое единство, сложное синтаксическое целое, имеющие статус коммуникативно-композиционных фрагментов синтаксической композиции. Данные единицы являются стилистически маркированными средствами киносценарной коммуникации. При описании структурно-семантического аспекта порождения текста актуальным является приращение нового, родообусловленного, кинематографического значения при трансформации компонентов синтаксической композиции первичного текста в аспекте образования текста. Следовательно, синтаксическая композиция включает не только формально-упорядоченную структуру, состоящую из синтаксических единиц, но и структуру художественной семантики.

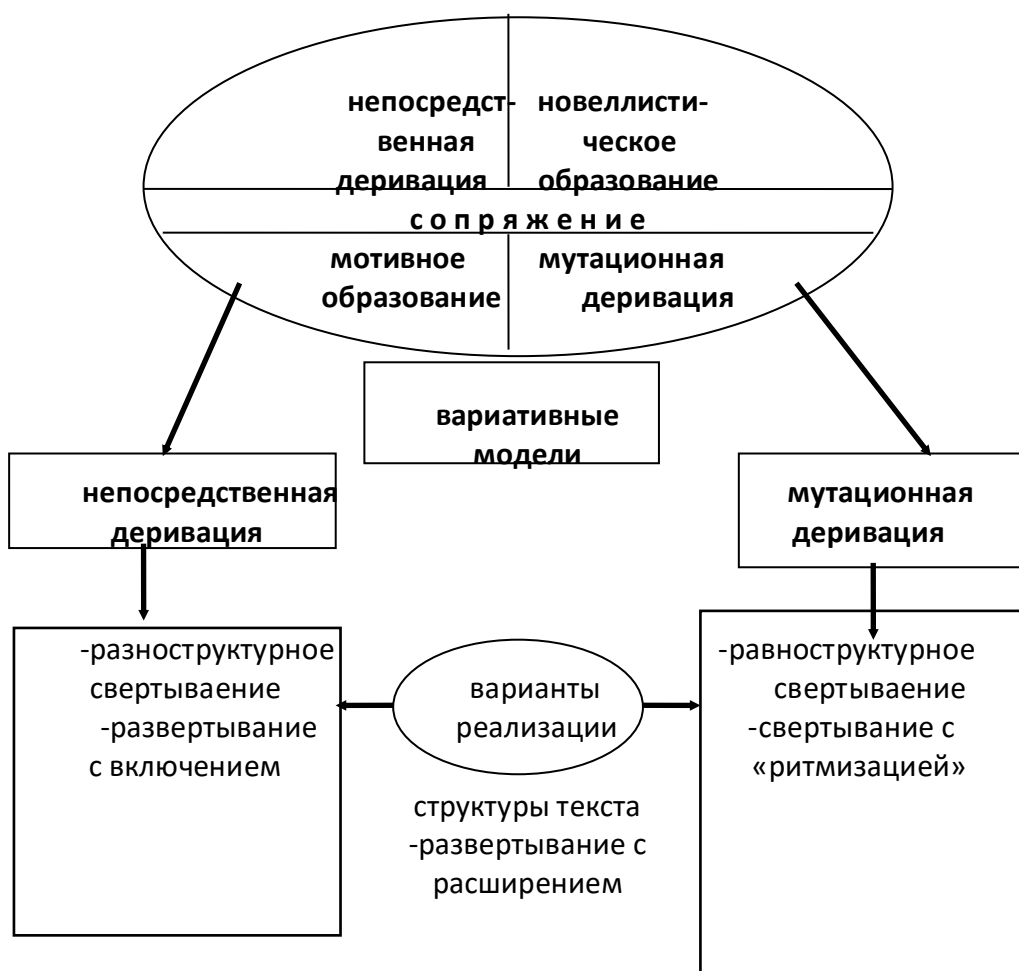
Процесс порождения текста представляет собой деривационный процесс, а отношения между текстами, участвующими в деривации, – отношения трансформации. Под термином «деривация» понимается процесс, при котором происходит изменение семантической структуры текста, «трансформация» рассматривается в качестве отношения между компонентами синтаксической композиции текстов, включенных в процесс моделирования.

В качестве основы описания модели текстопорождения можно выделить, во-первых, виды образования композиции киносценарного текста В.Шукшина. Первый вид порождения текста – это мотивное образование (при котором в текст киносценария входят «мотивы» рассказов: текст подвергается значительной авторской корректуре). В.М.Шукшин использует аллюзии, слова, отсылающие читателя к другим текстам, интертекстовые включения. Таким образом, происходит актуализация периферии поля кинематографичности. Второй вид порождения текста – новеллистическое образование (при котором границы киноновелл вторичного текста достаточно точно совпадают с границами рассказов). Во-вторых, модель текстопорождения включает виды композиционно-синтаксической деривации. В миростроении В.М.Шукшина используются непосредственная деривация и мутационная деривация. Непосредственная деривация предполагает выведение структуры текста непосредственно из формально-семантических компонентов текста-предшественника (например, тексты рассказов становятся основой для формирования текста киноповести). Мутационная деривация включается под влиянием дискурсивной кинопрактики и связывается с работой периферии поля кинематографичности. При мутационной деривации структура текста претерпевает значительные изменения: например, вводятся авторские ремарки, происходит

переключение речевых кодов: описательный речевой код рассказа преобразуется в деятельностный визуальный кинокод, формируется мизанкадр.

Для миростроения В.М.Шукшина характерно моделирование текста на основе сопряжения мотивного и новеллистического образований структур текста с двумя видами композиционно-синтаксической деривации. Данное сопряжение рассматривается как универсальная модель миростроения, присущая текстам В.Шукшина, вступившим в отношения первичности/вторичности.

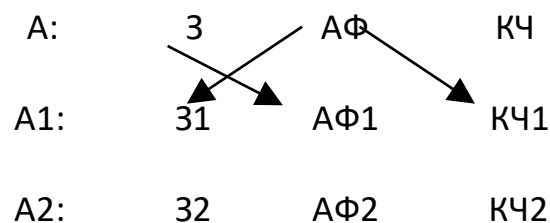
Схема 1. миростроение текста В.М.Шукшина



Приведем пример непосредственной деривации.

Рассказ «Космос, нервная система и шмат сала»	Киноповесть «Позови меня в даль светлую»
<p>Старику охота поговорить - все малость полегче. -А что же мне делать, если не напиться?</p> <p><i>Должон я хоть раз в месяц отметиться?</i> -Зачем?</p> <p><i>Што я, не человек, што ли?</i></p>	<p>А что мне делать, если не выпить? - старику охота поговорить: все, может полегче будет. -Все ученые стали! - Старик всерьез недолюбливает Юрку за страсть к учению. У него свои все дети выучились и разъехались по белу свету; старик остался один и винит в этом только учение. В собаку кинь - в ученого попадешь. Юрка молчит, шевелит губами. Вошел Витька. -Здорово, Витька! - сказал старик. - Хвораю. -Опять? - спросил Витька. -Вон дружок твой ругает, что выпил. Должен же я хоть раз в месяц отметиться? -Зачем? - спросил Юрка, откинувшись на спинку стула и подмигнув Витьке на старика. - Зачем напиваться-то? -Что я, не человек, что ли?</p>

В данном примере курсивом выделены фрагменты, подвергшиеся влиянию действия поля кинематографичности. Если до преобразования компоненты структуры текста рассказа представляли собой диалог, то в результате преобразования абзацы текста киноповести имеют форму реплик героев и ремарок автора. Абзацы кинотекста - полилог старика, Витьки и Юрки. Процесс преобразования структуры первичного текста в структуру вторичного текста в данном примере выглядит схематично следующим образом (А - абзац первичного текста, А1, А2 - абзацы вторичного текста; компоненты структуры абзацев обозначаются: З - зачин, АФ - абзацная фраза, КЧ - комментирующая часть):



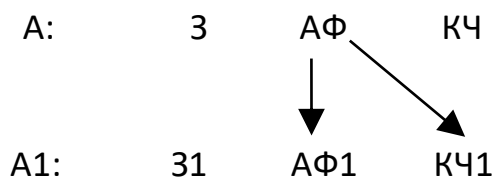
Сложное структурное образование, появившееся во вторичном тексте в результате развертывания абзацной структуры первичного текста, выдвигает на первый план мизанкадровую семантику компонентов текста. Появляется авторское

указание на положение героев (Юрка сидит, откинувшись на стуле), их мимику (шевелит губами, подмигнул).

Мутационная деривация сопрягается с новеллистическим способом образования текста и предполагает незначительное переразложение композиционно-синтаксической структуры первичного текста в композиционно-синтаксическую структуру вторичного текста. Приведем пример мутационной деривации:

Рассказ («Степан»)	Киноповесть («Ваш сын и брат»)
<p>Участковый кивнул головой, склонился опять к бумаге. Еще сказал: <i>-А я, честно говоря, не поверил, когда мне позвонили. Думаю: ошибка какая-нибудь - не может быть, чтобы на свете были такие придурки. Оказывается, правда.</i></p>	<p>Участковый качнул головой, склонился опять к бумаге. Еще сказал: <p style="text-align: center;"><i>-А я думал, ошибка какая-нибудь - не может быть, чтобы на свете были такие придурки. Оказывается, правда.</i></p> </p>

Курсивом выделены фрагменты, подвергшиеся преобразованиям. Процесс преобразований схематично выглядит следующим образом:



Абзацная фраза первичного текста перераспределяется в абзацную фразу и комментирующую часть вторичного текста. В первичном тексте наблюдается опущение части абзаца, являющейся актуализатором ситуации «неправдоподобия», выделяется комментирующая часть абзаца вторичного текста. Комментирующая часть, оказавшись выделенной, подчеркивает неправдоподобие момента «Оказалось, правда». В моменте актуализации, кроме особого композиционно-синтаксического выделения, участвует и лексическая семантика: сопряжение модального глагола «казаться» с эмфатически маркированной лексемой «правда». Важность выделения комментирующей части абзаца вторичного текста подчеркивается выделением этого абзаца в структуре первичного текста. Абзац вводится, получая инвариантную структуру, в ряд равноструктурных ему абзацев вторичного текста.

Итак, центром миростроения В.М. Шукшина является особая режиссерская трансформация действительности. Данная трансформация находит свое отражение в проявлении работы поля кинематографичности. Дискурсивные кинопрактики, формирующие режиссерский взгляд на художественный текст, заставляют все тексты, составляющие корпус художественной прозы В.М.Шукшина, вступать в сложные отношения деривации и трансформации. Поле кинематографичности представлено как языковыми средствами (синтаксические способы преобразования структуры текста), так и неязыковыми (монтаж, смена ракурса изображения, смена планов изображения, формирование кинообраза, особенности видеоряда в киноискусстве и

др.). Взаимная детерминация видов деривации и дискурсивных кинопрактик градуируется в виде шкалы, крайними точками которой являются непосредственная деривация и мутационная деривация. К непосредственной деривации наиболее тяготеет смена планов изображения, к мутационной деривации - монтаж. Остальные детерминирующие факторы располагаются между ними.

Библиографический список

1. Бондарко А.В. Основы функциональной грамматики: Языковая интерпретация идеи времени. СПб., 1999.
2. Качесова И.Ю. Синтаксическая композиция текстов рассказов и киносценариев В.М. Шукшина: трансформационный аспект. Автореферат дисс... канд. филол. наук. Екатеринбург, 1998.
3. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров: Человек. Текст. Семиосфера. История. М., 1996.
4. Щур Г.С. Теории поля в лингвистике. М., 2008.

Irina Yuryevna Kachesova
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia

METAMORPHOSES OF PEACE-BUILDING, OR STRUCTURAL-SEMANTIC ASPECT OF DESCRIBING DISCURSIVE PRACTICES IN THE WORK OF V.M. SHUKSHIN

Annotation. The article describes the interaction of two types of text by V.M. Shukshin: film text and literary text. The description is based on the analysis of discursive practices. Discursive practices are presented as a way to model the text world. Structural-semantic is chosen as the basic aspect of the study.

Keywords: Discourse, epic text, script text, modeling.

Виктория Николаевна Карпухина

*Алтайский государственный университет
Институт массовых коммуникаций филологии и политологии
Россия, Барнаул*

ПРАЙМИНГ В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ АЛТАЙСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ НАЧАЛА XX ВЕКА

Аннотация. В статье рассматриваются когнитивно-прагматические стратегии прайминга при отборе и презентации новостной информации об изменении «сибирского фронта» в ежедневной газете «Жизнь Алтая» за 1911 год. Динамика образа фронта представлена в аксиогенных ситуациях взаимодействия русскоязычного населения Алтая с «инородцами» и «пришельцами» из европейской части России.

Ключевые слова: прайминг, «сибирский фронтир», «Жизнь Алтая», аксиогенная ситуация.

Victoria Nikolaevna Karpukhina

Altai State University

Institute of Mass Communications of Philology and Political Science

Barnaul, Russia

두 번째 회의에 참석 한 ALTAI JOURNALISM의 뉴스 수집

요약. 이 기사는 1911년 일간지 알타이 생활에서 "시베리아 국경"의 변화에 관한 뉴스 정보를 선택하고 발표할 때인지 실용적 프라이밍 전략을 고려합니다. 국경 이미지의 역학은 러시아어를 사용하는 알타이 인구와 러시아의 유럽 지역의 "외국인" 및 "외국인"과의 상호 작용의 공리 상황에서 표현됩니다. 주요 단어: 프라이밍, "시베리아 국경", "알타이의 삶", 공리 상황

При формировании образа «сибирского фронта» в алтайской публицистике начала XX века как авторы статей, очерков и эссе, так и редакторы ежедневной газеты «Жизнь Алтая» достаточно часто (сознательно или бессознательно) используют эффект прайминга. А.Н. Назайкин определяет его следующим образом: «Прайминг — это влияние предыдущей информации на последующую без активного участия человека или, другими словами, активация специфических ассоциаций в памяти. В целом прайминг можно сравнить с автопилотом, который на подсознательном уровне “подстраивает” поведение человека и разгружает его сознание для более важных задач. Рассматривая прайминг, важно подчеркнуть, что он не зависит от намерений человека, оказывает произвольное и неосознаваемое влияние на решение задач» [1, с. 161]. Считая прайминг одним из «жестких» медиавоздействий, В. Гатов полагает: «Прайминг использует не уже имеющиеся этические (или информационные) шаблоны, закрепленные в сознании потребителя СМИ воспитанием и образованием, а проталкивает в сознание якобы имеющееся у человека знание, мнение, шаблонную реакцию на определенное событие или явление. Прайминг бывает естественным и управляемым. Естественный прайминг — это участие СМИ в продвижении существующего у части общества отношения к чему-то или кому-то под видом “всеобщего”» [2]. «Запуск» эффекта прайминга при чтении каждого следующего номера газеты возможен в разных направлениях в зависимости от того, насколько актуальным и прагматически релевантным будет новостной контент в предыдущих выпусках.

В этом смысле представляет интерес редакторская стратегия прайминга при изменении аксиологических характеристик образа «внутреннего» и «внешнего» фронта в публикациях газеты «Жизнь Алтая» за 1911 г. Отличие образов американского и сибирского фронтиров, закрепившихся в литературно-художественном дискурсе, а также их мифологической составляющей подробно рассматривается в работах [3; 4; 5; 6]. Необходимо более тщательное исследование образа внешней и внутренней границы Сибири, или, в современной лингвокультурологической терминологии, «внешнего» и «внутреннего» фронта, в публицистических текстах алтайских авторов, обозначающих границу между «своими» и «чужими» в рамках алтайского локуса в начале XX века.

Ю.М. Лотман считает, что «границу можно определить, как черту, на которой кончается периодичная форма. Это пространство определяется как “наше”, “свое”,

“культурное”, “безопасное”, “гармонически организованное” и т.п. Ему противостоит “их-пространство”, “чужое”, “враждебное”, “опасное”, “хаотическое”. Всякая культура начинается с разбиения мира на внутреннее (“свое”) пространство и внешнее (“их”). Как это бинарное разбиение интерпретируется – зависит от типологии культуры» [7, с. 257]. В очерках и заметках самых первых номеров газеты «Жизнь Алтая» за 1911 г. эта граница – внешний фронт – отделяет локус обитания местных жителей, сибиряков, с одной стороны, от «инородцев» (ср. ироническое словоупотребление *новокрещенные инородцы* [8, с. 3]; *все сколько-нибудь культурные инородцы* [9, с. 2]); а с другой стороны, от переселенцев из европейской части России. Последние именуется *пришельцами* и удостоиваются нелестных метафорических описаний своего передвижения в сторону колонизируемого локуса: *вливается народная масса, словно через рог изобилия, из Европейской России в Сибирь; старожилы теснятся пришельцами* [10, с. 2]; *А теперь понабились российские из разных мест* [11, с. 2]. Обитатели сибирского локуса в подобного рода текстах чаще всего именуется *старожилами*, реже – *сибиряками* (ср. «говорящий» псевдоним автора статьи «Деревенские дела и дни» – Ф. Сибиряк [12, с. 3]). Номинация *алтайцы* в значении ‘жители Алтая’ (не ‘коренные жители Горного Алтая’) присутствует только в прямой речи не-сибиряков в статьях, перепечатываемых из центральных газет, и выступает в качестве прайминговой информации.

Впервые термин *Алтайцы*, напечатанный с заглавной буквы, появляется в литературно-художественном очерке «Алтайцы и Катунь», подписанном псевдонимом Эрлик [13, с. 2]. Данный очерк, близкий по стилистике к более поздним текстам Г. Д. Гребенщикова об Алтае, когда он в 1912 г. становится редактором «Жизни Алтая» [14, с. 163-164], показывает смену аксиологической парадигмы в «национальном вопросе» локуса фронта. Аксиогенная ситуация сложных взаимоотношений обитателей сибирского локуса и коренных жителей Горного Алтая выстраивается на основании следующей прайминговой информации.

В ранних текстах «Жизни Алтая» описание быта инородцев достаточно стереотипно представляет «их-пространство», чужое, враждебное, некультурное (*жилища телеутов – берестяные юрты конусом, вокруг которых бегают голые коричневые дети; там ведут упрощенное хозяйство грязные женщины в бараньих шубах, у костров сидят грязные мужчины с больными глазами* [8, с. 3]). В данном случае представлен типичный вариант «колониального дискурса» с описанием некультурных аборигенов, которым принес свет истины и свободу белый человек (ср. вводимый в этом же очерке термин *новокрещенные инородцы*). Автор данного очерка использует манипулятивный метод фрейминга. Он основан «на использовании противоречий между разными культурными шаблонами поведения или реакции на чужое поведение. ...Обычный человек, как правило, плохо относится к нарушению привычных моделей другими и переживает, когда ему самому приходится их нарушать. Помещение информационного события – через интерпретацию – в контекст поведенческого фрейма и является манипулятивным действием» [2, 2017]. Возвращение к подобным клишированным выражениям «колониального дискурса» происходит и в дальнейшем: *коренные жители Горного Алтая называются аборигенами, культурное самосознание которых, наконец, получает свое выражение в стремлении к школьному строительству* [15, с. 3].

В очерке «Алтайцы и Катунь» происходит смена ценностных ориентиров русских жителей Алтая по отношению к коренным жителям Горного Алтая: обитатели локуса фронта именуется здесь *мирные поселяне-алтайцы*, которые *спешат убрать на полях свои запоздалые хлеба* [Жизнь Алтая, 1911, № 36, с. 2]. Существенно

изменяются и черты описания алтайцев: *Тихо изредка проедут по карнизу реки, на боде, охотники, покуривая свои трубочки. Или алтайка в чегедеке пробежит верхом на пегой лошадке, позвякивая украшениями длинных кос и нарядом седла* [13, с. 2]. Идиллическое описание локуса обитателей «алтайского фронта» противопоставляется современной картине жизни, *горю сынов Алтая*, которое связано с вторжением в их пространство цивилизации. Эпические образы *могучего, царственного Алтая* и *красавицы Катунь*, *разметавшей горе алтайца по белому свету*, призваны усилить противопоставление идиллического прошлого обитателей фронта и их трагического настоящего. Автор очерка, подписавшийся именем одного из самых могущественных алтайских богов, *Эрлика*, вводит в текст транскрибированные слова алтайского языка, обозначающие предметы быта и верований алтайцев. Более того, в этом очерке впервые дается сноско-комментарий о верованиях алтайцев (в дальнейшем подобное введение безэквивалентной лексики и комментирующие сноски в текстах литературно-художественного отдела «Жизни Алтая» станут традиционными, в том числе и в текстах, связанных с жизнеописанием других народов Алтая – киргизов, калмыков и т.п., см., например: [16 и др.]).

Далее именно эта информация – со сменившимися аксиологическими приоритетами по отношению к «инородцам» – будет выступать в качестве прайминговой при выстраивании стратегий подачи новостного контента «Жизни Алтая», связанного с культурой и бытом коренных жителей Алтая.

При конструировании образа внешнего алтайского фронта на границе с Китаем и с Монголией авторами «Жизни Алтая» начала XX в. используется в качестве прайма ряд клишированных метафор *пограничья*, зачастую иронически переосмысленных: «*Окно в Монголию*» (переосмысление пушкинской метафорической номинации Петербурга) [17, с. 2]; *Естественно, что при таких условиях не дремлет японец, немец, англичанин, американец, и все прочее становится на ноги там, где нас долго ждали открытые двери, где рельеф местности открывает нам свободный вход, загороженный другим* (стершаяся метафора «граница – двери», статья «*Китайские рынки и сибирская производительность*» [18, с. 2]). Как полагают Дж. Лакофф и М. Джонсон, «метафора... освещает определенные стороны нашего опыта. Метафоры также могут создавать для нас реальность, в частности, социальную реальность» [19, р. 156]. Халха, или северная Монголия, представляется авторам геополитических статей «Жизни Алтая» начала XX века гораздо более близкой, *соприкасающейся с Россией на протяжении многих тысяч верст*, и противопоставляется южной Монголии, *уже до известной степени окутаившейся* [20, с. 3]. Монголия в этом смысле выполняет в рассматриваемую эпоху ту же роль, что и оседлые кочевники, ставшие земледельцами на рубежах Киевской Руси (см.: [7, с. 262]). Однако издательско-редакторская позиция газеты «Жизнь Алтая» в 1911 г. еще достаточно далека от идеологии великодержавного «колониального дискурса»: в указанной выше статье приводится весьма категоричное мнение проф. В. В. Сапожникова и известного этнографа и путешественника Г.Н. Потанина о необходимости сохранить независимость Монголии как государства [20, с. 3].

Таким образом, от манипулятивного внедрения в сознание массового читателя газеты «Жизнь Алтая» начала XX века «травмированного фрейма» «новокрещенные инородцы» авторы публикаций о сибирском фронтире постепенно движутся к формированию «естественного прайминга», связанного с изменением аксиологических приоритетов во взаимоотношениях русского и коренного населения

Алтая, с одной стороны, и с выстраиванием подвижного «внешнего фронта» сибирского локуса, с другой стороны.

Библиографический список

1. Назайкин А. Н. Эффект прайминга в медиаисследованиях и рекламе // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2010.– № 6. – С. 160-169.
2. Гатов В. Манипуляции медиа: agenda-setting, культивация, фрейминг, прайминг. [Электронный ресурс] – URL: <https://philologist-livejournal-com.turbopages.org/philologist.livejournal.com/s/10856499.html> (дата обращения 17.10.2020).
3. Ващенко А. В. Фронтир // История литературы США. Т. 2. Литература эпохи романтизма. М., 1999. [Электронный ресурс] – URL: <http://american-lit.niv.ru/american-lit/istoriya-literatury-ssha-2/vaschenko-frontir.htm> (дата обращения 17.10.2020).
4. Образ Алтая в русской литературе XIX-XX вв. Антология: в 5 т. / Под общ. ред. А. И. Куляпина. Т. 2: 1900-1917 гг. / Под ред. М. П. Гребневой. Барнаул, 2012.
5. Панарина Д. С. Мифы и образы сибирского фронта // Культурная и гуманитарная география. 2013. – Т. 2. – № 1. – С. 39-52
6. Карпухина В. Н. Образ «сибирского фронта» в публицистике Алтая начала XX века // Сибирский филологический журнал. 2020. –№ 2. – С. 9-17.
7. Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб.: Искусство-СПБ, 2000. – 704 с.
8. Жизнь Алтая, 1911, № 1 // Жизнь Алтая: ежедневная газета. Барнаул, 1911. [Электронный ресурс] – URL: <http://akunb.altlib.ru/kollekczii-elektronnoj-bibilotekt/zhizn-altaya/gazeta-zhizn-altaya-1911-g/> (дата обращения 17.10.2020).
9. Жизнь Алтая, 1911, № 12// Жизнь Алтая: ежедневная газета. Барнаул, 1911. [Электронный ресурс] – URL: <http://akunb.altlib.ru/kollekczii-elektronnoj-bibilotekt/zhizn-altaya/gazeta-zhizn-altaya-1911-g/> (дата обращения 17.10.2020).
10. Жизнь Алтая, 1911, № 2// Жизнь Алтая: ежедневная газета. Барнаул, 1911. [Электронный ресурс] – URL: <http://akunb.altlib.ru/kollekczii-elektronnoj-bibilotekt/zhizn-altaya/gazeta-zhizn-altaya-1911-g/> (дата обращения 17.10.2020).
11. Жизнь Алтая, 1911, № 7// Жизнь Алтая: ежедневная газета. Барнаул, 1911. [Электронный ресурс] – URL: <http://akunb.altlib.ru/kollekczii-elektronnoj-bibilotekt/zhizn-altaya/gazeta-zhizn-altaya-1911-g/> (дата обращения 17.10.2020).
12. Жизнь Алтая, 1911, № 107// Жизнь Алтая: ежедневная газета. Барнаул, 1911. [Электронный ресурс] – URL: <http://akunb.altlib.ru/kollekczii-elektronnoj-bibilotekt/zhizn-altaya/gazeta-zhizn-altaya-1911-g/> (дата обращения 17.10.2020).
13. Жизнь Алтая, 1911, № 36// Жизнь Алтая: ежедневная газета. Барнаул, 1911. [Электронный ресурс] – URL: <http://akunb.altlib.ru/kollekczii-elektronnoj-bibilotekt/zhizn-altaya/gazeta-zhizn-altaya-1911-g/> (дата обращения 17.10.2020).
14. Черняева Т. Г. Хроника жизни и творчества Г. Д. Гребенщикова // Г. Д. Гребенщиков и Г. Н. Потанин: диалог поколений (письма, статьи, воспоминания, рецензии) / сост., автор вступ. статьи, примеч. Т. Г. Черняева. Барнаул, 2008. С. 154-197.
15. Жизнь Алтая, 1911, № 26// Жизнь Алтая: ежедневная газета. Барнаул, 1911. [Электронный ресурс] – URL: <http://akunb.altlib.ru/kollekczii-elektronnoj-bibilotekt/zhizn-altaya/gazeta-zhizn-altaya-1911-g/> (дата обращения 17.10.2020).
16. Жизнь Алтая, 1911, № 43// Жизнь Алтая: ежедневная газета. Барнаул, 1911. [Электронный ресурс] – URL: <http://akunb.altlib.ru/kollekczii-elektronnoj-bibilotekt/zhizn-altaya/gazeta-zhizn-altaya-1911-g/> (дата обращения 17.10.2020).

17. Жизнь Алтая, 1911, № 20// Жизнь Алтая: ежедневная газета. Барнаул, 1911. [Электронный ресурс] – URL: <http://akunb.altlib.ru/kollekczii-elektronnoj-bibilotekt/zhizn-altaya/gazeta-zhizn-altaya-1911-g/> (дата обращения 17.10.2020).
18. Жизнь Алтая, 1911, № 21// Жизнь Алтая: ежедневная газета. Барнаул, 1911. [Электронный ресурс] – URL: <http://akunb.altlib.ru/kollekczii-elektronnoj-bibilotekt/zhizn-altaya/gazeta-zhizn-altaya-1911-g/> (дата обращения 17.10.2020).
19. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago, 2003.
20. Жизнь Алтая, 1911, № 272// Жизнь Алтая: ежедневная газета. Барнаул, 1911. [Электронный ресурс] – URL: <http://akunb.altlib.ru/kollekczii-elektronnoj-bibilotekt/zhizn-altaya/gazeta-zhizn-altaya-1911-g/> (дата обращения 17.10.2020).

Victoria Nikolaevna Karpukhina
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia

PRIMING IN THE NEWS DISCOURSE OF ALTAI JOURNALISM OF THE BEGINNING OF THE TWENTIETH CENTURY

Annotation. The article considers cognitive-pragmatic priming strategies when selecting and presenting news information about the change of the "Siberian frontier" in the daily newspaper *Life of Altai* for 1911. The dynamics of the image of the frontier is represented in axiogenic situations of the interaction of the Russian-speaking population of Altai with "foreigners" and "aliens" from the European part of Russia.

Key words: Priming, "Siberian frontier," "Life of Altai," axiogenic situation

Аркадий Дмитриевич Шабалин

*Алтайский государственный университет
Институт массовых коммуникаций филологии и политологии
Россия, Барнаул*

СТРАТЕГИЯ ВЫЖИВАНИЯ, ИЛИ SUSTAINABLE EATING ПО-АЛТАЙСКИ: ЯЗЫКОВАЯ МОДА ИЛИ НАСУЩНАЯ ПОТРЕБНОСТЬ? (ЛИНГВОЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА В СОЗДАНИИ ОБРАЗА ЧЕЛОВЕКА АЛТАЯ)

Аннотация. Одна из значимых составляющих медийного дискурса Алтая – тематика туризма. На примере материала «Когда я увидел горную реку Кучерлу, родилась идея засолить огурцы в речной воде» (опубликован в издании «Коммерсантъ. Стиль» 15.09.2020) рассмотрен лингвоэкологический аспект обозначенного дискурса, выявлены ключевые текстопорождающие ценности.

Ключевые слова: лингвоэкология, Алтай, устойчивое развитие, еда, здоровье

Arkady Dmitrievich Shabalin
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia

수비수 스트레이트, 또는 ALTAI에서 식사하는 스위스 사람: 랜지스 패시온 또는 필요한가?
(LINGUOECOLOGICAL ASPECT OF MEDIA DISCOURSE OF ALTAI 직원의 이미지 확인)

요약. 알타이 미디어 담론의 중요한 요소 중 하나는 관광입니다. "Kucherlu 산악 강을 보았을 때 강물에서 오징어 소금 오이에 대한 아이디어가 탄생했습니다" (간행물 "Kommersant" 에 출판 됨). 스타일 "15.09.2020) 지시 된 담론의 언어 적 환경 적 측면이 고려되었으며, 주요 텍스트 제작 가치는 불쾌감을 나타냈다.

키워드: 언어 생태학, 알타이, 지속 가능한 개발, 음식, 건강.

Уже несколько лет Алтай позиционируют сибирской Меккой, куда едут не только российские, но и зарубежные туристы. «Инаковость» местного уклада как социолингвистический маркер указывает на особое, нетронутое благами цивилизации языковое сообщество, где по-прежнему бытуют стародавние обычаи и традиционные устои, что не может не привлекать туристов в эпоху глобальной «трансформации повседневных ценностей» (В.И. Карасик). Но вот что любопытно: антипод «глобальности» – глокализация парадоксальным образом задает тон общемировым трендам, среди которых и агрокультурный *sustainable eating* (с англ. – «устойчивое питание»).

Под *sustainable eating* понимают бережное отношение не столько к природе вообще, сколько – к продуктам; их тщательный отбор и столь же тщательное безотходное приготовление. Однако алтайцы и без того издавна чтут Мать-природу (вспомним легенды В.А. Афанасьева), что в полной мере укладывается в концепцию *sustainability*, подразумевающей взвешенное использование природных ресурсов. Такой этнокультурный фокус при лингвистической калибровке показывает взаимосвязь референта (природа) и сигнификата (среда обитания), или – взаимосвязь стимула и реакции, если изъясняться в парадигме бихевиоризма.

Номинация «*sustainable eating*» в полной мере влияет на мышление и – соответственно – на быт алтайцев, которые привыкли довольствоваться малым. Этот факт неоднократно находит подтверждение в медийном дискурсе. Один из последних примеров – приезд бренд-шефа известных, «зарекламированных» ресторанов White Rabbit Family Владимира Мухина на Алтай. Московский гость решил увидеть своими глазами, как живут алтайцы, и заодно приготовить несколько блюд из того, что растет под ногами. «Перед поездкой мне упорно говорили, что “там ничего нет”. А когда мы прилетели, выяснилось, что есть очень много потрясающих продуктов. В результате появлялись капуста на костре, печеные артишоки, опаленный хлеб и томленный творог» [1].

Экологическая тематика материала, с одной стороны, и его суггестивная тональность – с другой, обусловили междисциплинарный подход к тексту. Анализ базировался на пересечении языковедческих, психологических и, собственно, экологических концепций. Подчеркнем: исследуемый материал корректирует образ жителя Алтая, акцентируя внимание на аксиоматически выверенных паттернах алтайцев, что указывает, по нашему мнению, на высокий потенциал Алтая как самобытной, раскинувшейся «на лоне природы» рекреативной зоны (если уйти от

понимания Алтая как «российской Швейцарии» и других маловразумительных толкований).

Итак, лингвоэкологическая диагностика материала выявила:

1. Глобализационные процессы интенсивно влияют на локальные сообщества, точно так же, как последние – на мировую повестку. На лексическом уровне это проявляется через заимствования (бургер, веган, глэмпинг, гайд, чизкейк, кемпинг, бранч, стейк, сувидница, крутон), местные названия (Кучерла, Тюнгур, саган-дайля), названия брендов (Electrolux, We are Altay, White Rabbit Family). Актуализируя в сознании конкретные реалии, эти лексемы выстраивают оппозицию «свой – чужой» и тем самым лингвокультурно кодируют местность. В сознании героя материала В. Мухина Алтай предстает некоей девственной, первозданной территорией. Эта смысловая доминанта, как часто бывает, вынесена в заголовочный комплекс материала («Когда я увидел горную реку Кучерлу, родилась идея засолить огурцы в речной воде»);

2. Аксиологическая ось материала [Карасик 2014, с. 79] задает ему утилитарное прочтение, на первое место вынесена базовая потребность – питание (что согласуется с прагматической тематикой издания «Коммерсантъ. Стиль»). Моральная ответственность за окружающую среду подменяется экологическим трендом, возможностью апробировать новую концепцию (*sustainable eating*) в новых условиях (журналист прямо называет поездку В. Мухина не миссией, но «гастропутешествием»). Ключевые текстопорождающие ценности (еда, здоровье, отходы, производитель, потребитель) продиктованы PR-стратегией издания, в частности, указанием бренда Electrolux («Незаменимым помощником в этой поездке стала многофункциональная духовка Electrolux Intuit SteamPro, кстати, такая же стоит у меня дома»), одним из первых запустившим программу устойчивого развития For Better Living;

3. Перформативность речевой ситуации (общение «по следам поездки») состоит в ее эмблематическом осмыслении (указание статуса героя – «бренд-шефа ресторанов White Rabbit Family, амбассадора бренда Electrolux в России»). В качестве стимула выступает номинация *sustainable eating*, в качестве реакции – приезд В. Мухина на Алтай. Таким образом, уместно говорить об инсталляционном коммуникативном поступке [2, с. 173], цель которого – создание имиджа (в данном случае – имиджа «экоактивиста», посланника Electrolux). Можно предположить, что приезд амбассадора вызван желанием лишней раз напомнить не о проблемах экологии, а о линейке «незаменимых помощников» в быту (духовка Electrolux Intuit SteamPro, вакуумный упаковщик коллекции Electrolux Intuit).

Резюмируя, обратим внимание на лингвотоксины «хантинг» и «экспириенс». По всей видимости, они были использованы, чтобы показать неопишуемый – в буквальном смысле – восторг от горно-алтайского жизнеуклада. Выбор именно этих слов – частный случай, подтверждающий тезис Л.С. Белоусовой о том, что «наибольший процент составляют заимствования из английского языка, проникающие в сферы экономики, политики, культуры» [3, с. 22]. Подобные эмоциональные интенции говорят о лингвистической прорехе в образе Алтая, о недостатке колоритной языковой составляющей, так как среди важнейших элементов «брендинга территорий» – вербальные средства [4, с. 43].

Библиографический список

1. Кравцун Е. «Когда я увидел горную реку Кучерлу, родилась идея засолить огурцы в речной воде» // Коммерсантъ. Стиль. 15.09.2020. [Электронный ресурс] – URL::<https://www.kommersant.ru/doc/4492228?query=%D0%B0%D0%BB%D1%82%D0%B0%D0%B9#id1947547>
2. Карасик В.И. Языковое проявление личности. Волгоград: Парадигма, 2014. – 450 с.
3. Белоусова Л.С. К проблеме экологии заимствованных слов в русском языке // Научные известия. 2019. – №16. – С. 20-23.
4. Митягина В.А., Сидорова И.Г. Лингвистический фокус брендинга территорий // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Филология, педагогика, психология. 2018.– №2. – С. 42-51.

Arkady Dmitrievich Shabalin
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia

SURVIVAL STRATEGY, OR SUSTAINABLE EATING IN ALTAI: LANGUAGE FASHION OR URGENT NEED? (LINGUOECOLOGICAL ASPECT OF MEDIA DISCOURSE IN CREATING AN IMAGE OF THE PERSON OF ALTAI)

Annotation. One of the significant components of Altai's media discourse is tourism. On the example of the material "When I saw the Kucherlu mountain river, the idea of salting cucumbers in river water was born" (published in the publication "Kommersant. Style "15.09.2020) the linguistic environmental aspect of the indicated discourse was considered, key text-producing values were revealed.

Keywords: Linguoecology, Altai, sustainable development, food, health.

Галина Владимировна Говорухина

*Алтайский государственный университет
Институт массовых коммуникаций филологии и политологии
Россия, Барнаул*

ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ (2013-2018 гг.)

Аннотация. На основе анализа статистических данных и результатов социологических исследований автор раскрывает основные этапы и характеристики трансформации учреждений социокультурной сферы сельских районов Алтайского края, начавшейся в 2013 году и продолжавшейся до 2018 года. При этом он показывает возможные тенденции изменений в развитии этой сферы и предлагает продолжить исследования в этом направлении с целью разработки методических рекомендаций для специалистов в области управления в сфере культуры по дальнейшей ее модернизации.

Ключевые слова: социокультурные учреждения, сфера культуры, многофункциональные культурные центры, кадры.

В настоящее время повышается роль и ответственность субъектов социокультурного развития российского общества, органов государственного управления культуры, всех субъектов социально-культурной деятельности, в том числе всех специалистов, работающих в сфере культуры [4].

В Постановлении администрации Алтайского края от 25 февраля 2013 г. № 87 «Об утверждении плана мероприятий ("дорожной карты") «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности сферы культуры Алтайского края», среди целей плана мероприятий выделена такая цель как создание благоприятных условий для устойчивого развития сферы культуры Алтайского края. Одной из мер, обеспечивающих достижение целевых показателей (индикаторов) развития сферы культуры, является реорганизация неэффективных учреждений культуры Алтайского края [3].

Сеть культурно-досуговых учреждений в Алтайском крае имеет тенденцию к снижению их количества. Так, в 2015 году их было 1152 единицы [2], в 2017 году был продолжен процесс централизации учреждений культуры путём образования многофункциональных культурных центров и к концу этого года подобных учреждений отсталось 1096 сетевых единиц [1]. В 2018 году этот процесс был полностью завершён во всех муниципальных образованиях Алтайского края.

В связи с проводимыми процессами оптимизации учреждений культуры Алтайского края прослеживаются тенденции сокращения основного состава специалистов. Работников культурно-досуговых учреждений сократилось с 3007 человек в 2015 году до 2952 человек в 2018 году, что составляет 1,9 % (по состоянию на 01.01. 2018 г.) [5-6].

Один из важнейших показателей состояния и возможностей развития сферы культуры, – средняя заработная плата работников культуры в Алтайском крае остаётся одной из самых низких по стране, в Сибирском федеральном округе и самой низкой среди работников, занятых в бюджетной сфере в регионе. Она составляет (15 264,1 руб. по итогам 2017 г.) 67,1 % от средней заработной платы по краю; 87,97 % по сравнению с работниками сферы образования и 69,1 % по сравнению с работниками здравоохранения [6].

Прослеживается также тенденция сокращения числа специалистов молодого возраста и увеличения работников пенсионного возраста в культурно-досуговых учреждениях. Так, количество работников учреждений клубного типа в возрасте до 35 лет составляет 18% (с 2015 до 2018 гг. сократилось на 5,7 %), пенсионеров – 13,4 % (увеличилось соответственно на 3,2 %) [5-6]. При этом ежегодно уменьшается число подготовки кадров, особенно за счёт сокращения бюджетных мест и притока молодых специалистов.

Число обучающихся для учреждений культуры клубного типа в вузах сократилось за последние три года по дневной форме в два раза и на 15 % по заочной форме обучения. В тоже время среди данной категории работников высшее образование имеют 34,38 % и среднее специальное – 46,9 % (всего 81,28 %) [5-6].

Такая ситуация объясняется недостатком финансовых средств, отсутствием региональной целевой программы по подготовке и переподготовке кадров для учреждений культуры края за счёт средств регионального бюджета, их социальной поддержки. Если для закрепления молодых специалистов сельского хозяйства, учителей и врачей в сельской местности Правительством Алтайского края

выделяются целевые средства для решения жилищных проблем, в качестве подъёмных средств, то для молодых специалистов сферы культуры таких средств не предусмотрено.

В процессе оптимизации сети учреждений культуры произошло не только сокращение количества сетевых единиц, но и структурные изменения, изменения основ их хозяйственной деятельности, и как следствие – изменения в функциональных действиях. Абсолютное большинство сельских досуговых учреждений культуры потеряли статус юридического лица и стали филиалами многофункциональных культурных комплексов. Новые по своему качеству учреждения культуры (МФКЦ) потребуют иных методологических основ в их управлении, и как следствие новых требований к квалификации работников культуры, что необходимо учитывать в подготовке кадров и в повышении их квалификации. Кадровая ситуация в регионе особенно важна на стадии формирования организации многофункциональных культурных центров и существенна, прежде всего, для целей проектирования и бизнес-планирования.

Проводя анализ основных профессионально-возрастных групп, следует иметь в виду характерные особенности, внутренне присущие той или иной страте. Так, для молодых работников характерны особенности, связанные с началом карьеры и готовностью овладевать современными профессиями. С одной стороны, начало карьеры – это недостаточность практических навыков, а с другой – большая эмоциональная вовлеченность в процесс работы. Точно также позитивным в ориентации на современные профессии является отсутствие стереотипов, блокирующих внедрение нового, однако эта же ориентация может стать недостатком, если речь идет о реализации традиционных схем деятельности и поведения в организации.

Рассмотрим это на примере библиотек, которые в настоящее время не выдерживают конкуренции с коммерческими организациями. Отсюда, очевидно стремление библиотек оказывать влияние на формирование культурной и интеллектуальной среды региона. Именно поэтому новый вектор профессиональной деятельности библиотекарей направлен не столько на удовлетворение запросов читателей, сколько на регулирование чтения, содействие более полному творческому освоению книги, включению ее в жизненный контекст личности. В профессиональных изданиях последних лет «Библиотекосведение», «Библиотекосведение и библиография за рубежом», «Научные и технические библиотеки», «Библиотека» теории и практики библиотечного дела определяют целью библиотечного обслуживания – предоставление информации для образования, исследовательской работы, сохранения культурного наследия, интеллектуального развития потенциала личности. В этом контексте основная задача библиотек – содействие адаптации людей к изменяющейся природе информации, создание комфортного информационного пространства для развития личности.

Большинство библиотек находится в состоянии поиска определения собственной стратегии содержания контакта читательской аудитории. С одной стороны, внимание фокусируется на проведении мероприятий, приуроченных к празднованию определенных дат. С другой – библиотеки стремятся сохранить выбранные тематические направления (в частности, «Экологическое просвещение», «Экология»). Важно также отметить, что адрес большинства ток-шоу – детская аудитория; обращение к школьникам имеет позитивные черты как альтернатива их досуговому времяпровождению, но деятельность библиотек в этом направлении не является профессиональной деятельностью библиотекарей.

Так, среди факторов, препятствующих трудоустройству молодых специалистов в области библиотечно-информационной деятельности, кроме блока социальных условий, занимают материально-технические условия реализации своих потенциальных возможностей, а также условия для повышения уровня профессиональной квалификации. Об этом свидетельствуют статистические данные, характеризующие состояние материально-технической базы библиотек, а также статистические данные, отражающие динамику повышения квалификации работниками библиотечных учреждений. Эту позицию подтверждают и опросы выпускников и экспертов.

На основе социологических опросов, проведенных автором в конце 2019 года, можно сделать вывод о том, что для получения объективной информации о трудоустройстве выпускников образовательных организаций высшего образования необходимо постоянно осуществлять мониторинг. Проблемы развития и совершенствования качества высшего образования и моделирования профессиональной деятельности являются приоритетными направлениями представителей вузов.

Решение проблемы укомплектованности кадрами культурно-досуговых учреждений будет успешной, если будет разработана стратегия динамики кадрового состава отрасли культуры, а на её основе разработана и реализована целевая региональная программа по развитию кадрового потенциала.

В настоящее время в отрасли культуры расчет укомплектованности кадрами происходит на основе разных методов, но особо выделяется метод корреляционно-регрессионного анализа, с помощью которого можно, во-первых, оценить тесноту связи между численностью работников и рядом показателей, характеризующих, прежде всего, трудоемкость и эффективность их труда; во-вторых, построить математические модели, что позволяет рассчитывать нормативы штатной численности персонала с учетом воздействия на нее важнейших факторов трудоемкости оказания основных услуг; через максимальные коэффициенты корреляции определяется степень влияния факторов трудоемкости на численность персонала. Но в условиях реорганизации учреждений культуры этот метод в расчетах кадров целесообразно дополнять штатно-номенклатурным методом, методом экспертных оценок и методом сравнения.

Региональная программа развития кадрового потенциала будет эффективной при соблюдении следующих условий:

- прогнозирование потребности в укомплектовании кадрами рабочих мест учреждений культуры, в том числе молодыми специалистами, в соответствии с квалификационными требованиями профессиональных стандартов;
- решение комплекса мер социальной поддержки работников культуры и повышение их социального статуса;
- осуществление партнёрской работы государственных заказчиков и образовательных учреждений по целевой подготовке специалистов, а также по формированию профессиональных компетенций выпускников учебных заведений;
- обеспечение возможности использовать по удовлетворению культурных потребностей потребителей услуг учреждений культуры уровень на соответствующей
- повышение уровня материально-технической базы учреждений культуры, что будет способствовать использованию работникам культуры инновационных форм предоставления населению услуг в сфере культуры.

И, соответственно, для определения потребности отрасли культуры в молодых специалистах необходимо делать прогнозы:

- развития учреждений культуры на разные периоды;
- открытия и закрытия вакансий;
- количества персонала, достигающего пенсионного возраста в ближайшие 3-5 лет;
- целевой подготовки кадров для отрасли культуры;
- переподготовки и повышения квалификации кадров учреждений культуры.

Таким образом, на основе общей концепции научно-методических основ определения потребности отрасли в молодых специалистах в области культурно-досуговой деятельности в Российской Федерации необходимо разработать методические рекомендации по определению потребности отрасли в молодых специалистах в области культурно-досуговой деятельности в Российской Федерации, которые могут быть использованы органами государственной власти и органами местного самоуправления в отрасли культуры субъекта РФ при комплектовании кадрами учреждений культуры, в том числе и молодыми специалистами, в условиях трансформации учреждений культуры в Алтайском крае.

Библиографический список

1. Доклад начальника управления Алтайского края по культуре и архивному делу Безруковой Е.Е. «Об итогах работы управления Алтайского края по культуре и архивному делу, органов и учреждений культуры края в 2017 году и основных направлениях деятельности в 2018 году». [Электронный ресурс] – URL: <http://www.culture22.ru/deyatelnost/doklady/>.
2. Культура Алтайского края. 2012-2016: Стат. сб. / Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай. – Барнаул, 2017. – 48 с.
3. Постановление Администрации Алтайского края от 25 февраля 2013 г. N 87 «Об утверждении плана мероприятий ("дорожной карты") «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности сферы культуры Алтайского края» [Электронный ресурс] – URL: <http://www.culture22.ru/deyatelnost/programmy/>.
4. Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года: утв. распоряжением Правительства РФ от 29 февраля 2016 г. № 326-р. – [Электронный ресурс] – URL: <http://static.government.ru/media/files/AsAgRAyYVAJnoBuKgHoqEJA9Ixp7f2xm.pdf>.
5. Учреждения культуры, искусства и архивы Алтайского края в цифрах и фактах: год 2015: сб. аналит. материалов о состоянии отрасли культуры и архивных учреждений края / Управление Алтайского края по культуре и архивному делу. – Барнаул, 2016. – 173 с.
6. Учреждения культуры, искусства и архивы Алтайского края в цифрах и фактах: год 2017: сб. аналит. материалов о состоянии отрасли культуры и архивных учреждений края / Управление Алтайского края по культуре и архивному делу. – Барнаул, 2019. – 157 с.

Galina Vladimirovna Govorukhina
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia

TRANSFORMATION OF SOCIO-CULTURAL INSTITUTIONS IN THE COUNTRYSIDE OF
ALTAI TERRITORY (2013-2018)

Annotation. Based on the analysis of statistical data and the results of sociological research, the author reveals the main stages and characteristics of the transformation of institutions in the socio-cultural sphere of rural areas of the Altai Territory, which began in 2013 and lasted until 2018. At the same time, he shows possible trends in the development of this area and proposes to continue research in this direction in order to develop guidelines for specialists in the field of management in the field of culture for its further modernization.

Key words: socio-cultural institutions, the sphere of culture, multifunctional cultural centers, personnel.

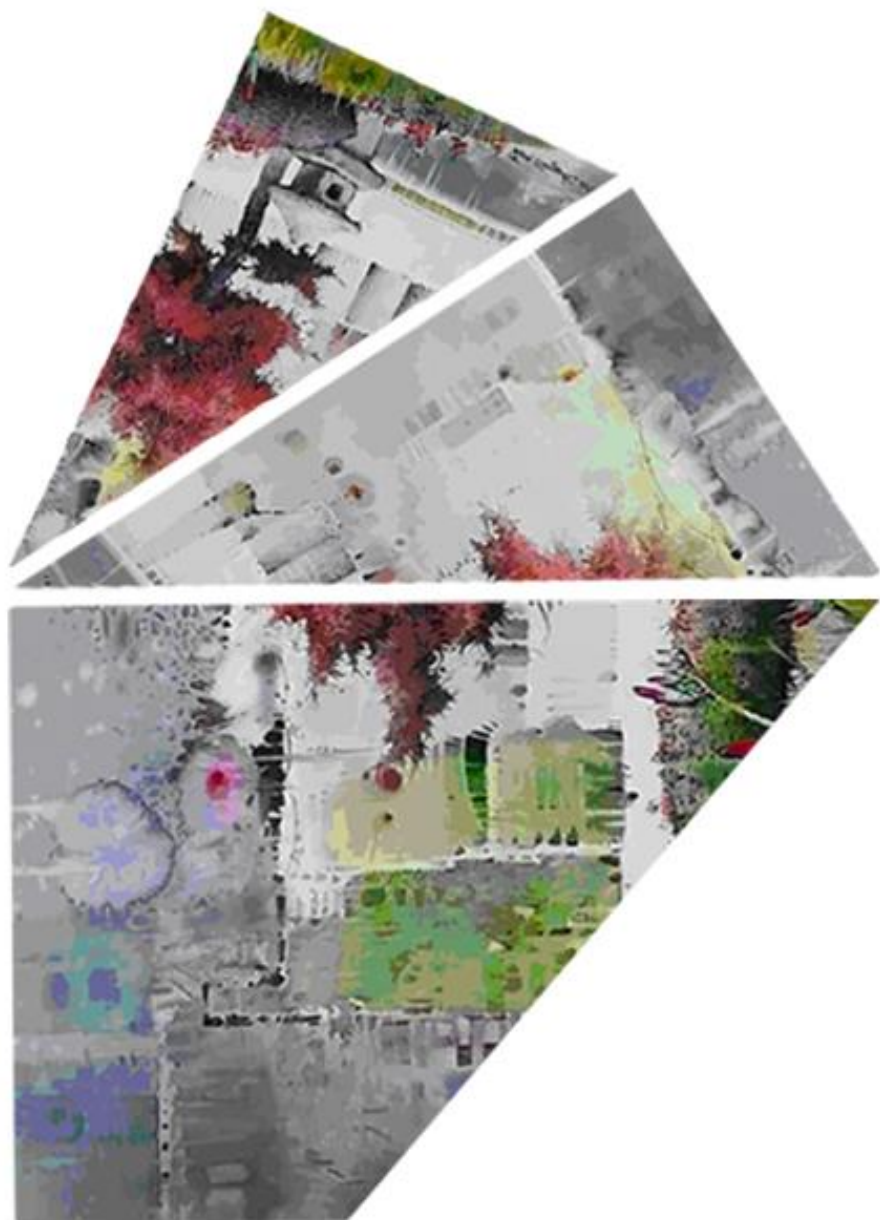
Р
а
з
д
е
л
4

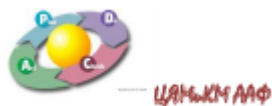
О
Б
Р
А
З
О
В
А
Т
Е
Л
Ь
Н
Ы
Й

Д
И
С
К
У
Р
С

Б
О
Л
Ь
Ш
О
Г
О

А
Л
Т
А
Я





Татьяна Викторовна Штатская
Кубанский государственный технологический университет
Россия, Краснодар

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ЕСТЕСТВЕННОГО И ИСКУССТВЕННОГО БИЛИНГВИЗМА

Аннотация. Билингвизм рассматривается как одно из самых ярких явлений межкультурной коммуникации. Приведены основные виды двуязычия, а также стадии развития билингвизма у детей. Отмечается, что билингвизм ребенка формируется как естественный, если оба языка усваиваются в ходе коммуникации при их одновременном усвоении, а не при специальном обучении. Искусственный же билингвизм может развиваться в результате активного и сознательного воздействия на формирование этого качества.

Ключевые слова: искусственный билингвизм, естественное двуязычие, уровни и виды билингвизма, речевое поведение, коммуникативная компетенция, приемы обучения

Tatyana Viktorovna Shatzkaya
Kuban State University of Technology
Krasnodar, Russia

자연과 예술의 형식에 관한 것

요약. 이중 언어는 문화 간 의사 소통의 가장 인상적인 현상 중 하나로 간주됩니다. 이중 언어의 주요 유형과 어린이의 이중 언어 발달 단계가 제공됩니다. 어린이의 이중 언어는 특별한 훈련이 아닌 동시 동화와의 의사 소통하는 동안 배우는 언어를 모두 배우면 자연스럽게 형성됩니다. 인공 이중 언어는 이러한 품질의 형성에 적극적이고 의식적인 영향을 미쳐 발전할 수 있습니다.

주요 단어: 인공 이중 언어, 자연 이중 언어, 이중 언어 수준 및 유형, 언어 행동, 의사 소통 능력, 교육 기술.

Под двуязычием обычно понимается владение двумя языками и регулярное переключение с одного на другой в зависимости от ситуации общения [1, с.9]. Таким образом, двуязычие считается неперенным условием, атрибутом языкового взаимодействия при перманентных контактных межъязыковых связях, которые устанавливаются между языками на длительное время при этническом контакте их носителей.

Билингвизм, являясь в настоящее время наглядным проявлением межкультурной коммуникации, определяется как «общение людей, представляющих разные культуры». С психолингвистических позиций билингвизм рассматривается как способность использовать для общения две языковые системы. Двуязычие

положительным образом влияет на развитии памяти, умение понимать, анализировать и обсуждать языковые явления, а также и на другие навыки. По данным ряда исследователей, билингвов в мире больше, чем монолингвов. Известно также, что на нашей планете к настоящему моменту почти половина детей - это дети-билингвы. Не исключено, что рост этой тенденции продолжится и дальше. При изучении феномена ученые учитывают степень овладения новым языком, например, Е.М. Верещагин выделяет три уровня билингвизма: рецептивный – понимание речевых произведений, репродуктивный – умение воспроизводить услышанное, продуктивный – умение не только понимать и воспроизводить, но и строить цельные осмысленные высказывания. Все дети – билингвы проходят эти стадии развития билингвизма. При этом отмечается, что «чем позднее второй язык введен в общение с ребенком, тем более явно первый язык доминирует над вторым. Если же оба языка усваиваются в ходе коммуникации, как это происходит при их одновременном усвоении, а не при специальном обучении, билингвизм ребенка формируется как естественный. В этом случае ребенок воспринимает каждый из двух языков как средство коммуникации, он готов на любом из них общаться, выражать свои мысли и чувства» [2, с.210].

Билингвизм как явление – до недавнего времени едва ли не уникальное- сегодня все больше приобретает почти массовый характер. Особенно это актуально в отношении европейских стран, где обилие языков и диалектов, соседствующих на одной социально-коммуникативной плоскости, сегодня особенно огромно.

Выделяют основные виды двуязычия:

- полный билингвизм – в тех случаях, когда, например, французский, наряду с другими языками, выполняет функции государственного языка или имеет статус полугосударственного (Швейцария, Бельгия, Люксембург и др.)

- частный билингвизм, типичный для большинства иностранных рабочих во Франкоязычных ареалах, где дети второго поколения – уже чистые билингвы, но в третьем поколении билингвизм исчезает.

- диглоссия, т.е. функциональное двуязычие, при котором два варианта французского языка (литературного и диалекты) используются в различных коммуникативных ситуациях; причем соблюдение этого разделения обязательно для всех носителей французского языка в данном регионе.

На современном этапе развития общества в связи с тесными языковыми контактами между странами владение иностранными языками представителями различных языков и культур становится явлением массовым. Следствием этого является увеличение числа билингвов и мультилингвов в межкультурном языковом пространстве, что «создает уникальную ситуацию языкового взаимодействия и открывает новые аспекты изучения современной языковой ситуации для лингвистов» [4, с.8]. В данном контексте повышение качества владения коммуникативной компетенцией в условиях аудиторного /учебного/ билингвизма является необходимым условием, отвечающим требованиям времени.

Речевое поведение билингвов и полилингвов проявляется по-разному.

Некоторые из них овладевают несколькими иностранными языками так же хорошо, как и своим родным. У других отмечается владение вторым языком слабее, иногда значительно, чем родным, и в их речи можно наблюдать заметную интерференцию.

В зависимости от ситуации одни легко переходят с одного языка на другой, другим это дается с большим трудом. Замечено, что «Один и тот же человек может повести себя совершенно по-разному в разных ситуациях двуязычия, его поведение

может меняться с течением времени, или оно может с рождения быть предрасположено к определенной форме языкового поведения» [1, с.51]. Все эти особенности проявляются в процессе обучения студентов другим иностранным языкам, имеющим отличительную структуру.

В ситуации искусственного билингвизма, вне соответствующей естественной языковой среды, формирование коммуникативной компетенции говорящих на неродном языке является весьма сложной задачей. В настоящее время, когда особо актуально стоит вопрос об обучении студентов неязыковых вузов овладению различными видами речевой деятельности, особенно на языке специальности, т.е. развитию навыка и умения строить самостоятельную речь в системе научного общения, формирование искусственного билингвизма представляется особо необходимым. Для формирования эквивалентного русско-иноязычного билингвизма в учебных условиях необходимо определить, как принцип отбора учебного материала и принцип интерпретации научного стиля, так и методы развития сознательного, аналитического восприятия характерных особенностей научного стиля речи независимо от конкретной специальности студента. Аутентичность речи достигается за счет использования словесных комплексов, коллокаций при производстве речевого высказывания, а также знания комбинаторных возможностей слов, используемых адекватно в ситуации общения. Корректное употребление в речи сочетаний слов при овладении иностранным языком представляет собой значительные трудности. Поэтому практическая реализация становления механизма билингвизма предполагает разработку и использование соответствующих приемов в обучении: в условиях отсутствия постоянного лингвистического окружения, искусственный билингвизм может развиваться в результате активного и сознательного воздействия на формирование этого качества. Одним из основных требований, предъявляемых к билингвизму, является умение творчески строить свою речь на иностранном языке и обладать способностью переключаться с родного языка на иностранный и наоборот в зависимости от ситуации. Для формирования искусственного билингвизма в учебных условиях важно развивать у студентов «чувство языка», под которым понимается явление, сопровождающее речь и облегчающее ее восприятие, понимание и продуктивную организацию, выражающуюся в умении пользоваться языковыми средствами, соответствующими данной языковой ситуации без обращения к знаниям о языке. Развитие «чувства языка» требует от студентов творческого подхода к речевым действиям. Выработать такой подход им должен помочь преподаватель иностранного языка, научив студентов свободно пользоваться словарем и грамматическими моделями, характерными для изучаемого стиля речи.

Выводы по статье перекликаются с проведенным Н.В. Евдокимовой исследованием, подтверждающая, что «естественное многоязычие (или билингвизм), развивающееся в языковой среде, и учебное многоязычие, формирующееся в неязыковом вузе, опираются на различные психологические механизмы. Естественное многоязычие формируется стихийно, под воздействием множества факторов языковой среды, в то время как в условиях обучения иностранным языкам в неязыковом вузе можно ставить вопрос о формировании учебного многоязычия (или основ многоязычия), которое может быть концептуализировано с позиций – компетентностного подхода как многоязычная компетенция» [4, с.38].

Библиографический список

1. Жлуктенко Ю.А. Лингвистические аспекты двуязычия. - Киев: Вища шк.: Изд-во при Киев. ун-те, 1974. - 176 с.
2. Иванова Д.С. Билингвизм / Человек и язык в поликультурном мире// Доклады и тезисы докладов на международной научной конференции 19-21 октября 2006 года. В 2-х томах. Том 2 –Владимир: ВГПУ, 2006. - С.208-211.
3. Вишневская Г.М. Билингвизм естественный и искусственный / Билингвизм. Интерференция. Акцент. –Иваново, 2005. –с.4-8.
4. Евдокимова Н.В. Концепция формирования многоязычной компетенции студентов неязыковых специальностей: автореф. дис. д-ра пед. наук. - Ставрополь, 2009. -44с.

Tatyana Viktorovna Shatzkaya
Kuban State University of Technology
Krasnodar, Russia

ON THE FORMATION OF NATURAL AND ARTIFICIAL BILINGUALISM

Annotation. Bilingualism is regarded as one of the most striking phenomena of intercultural communication. The main types of bilingualism are given, as well as the stages of development of bilingualism in children. It is noted that the bilingualism of a child is formed as natural if both languages are learned during communication with their simultaneous assimilation, and not with special training. Artificial bilingualism can develop as a result of an active and conscious influence on the formation of this quality.

Key words: Artificial bilingualism, natural bilingualism, levels and types of bilingualism, speech behavior, communicative competence, teaching techniques.

Эдуард Петрович Леонтьев
МЦО «Интердом» им. Е.Д. Стасовой
Россия, Иваново
Управление образования, культуры и искусства
Увурхангайского аймака,
Монголия, Арвайхээр

ПЕРСПЕКТИВЫ РУССКОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННОЙ МОНГОЛИИ

Аннотация. В статье представлены основные этапы реализации гуманитарного проекта по продвижению русского языка за рубежом (в частности, в Монголии), а также по обеспечению работы российских педагогических работников в школах Монголии.

Ключевые слова: гуманитарный проект, преподавание русского языка

Eduard Petrovich Leontyev
MSO "Interdom" named after E.D. Stasova, "
Ivanovo, Russia
Department of Education, Culture and Art of Uvurkhangai Aimak,
Arvayheer, Mongolia

모데른 몽골리아에서 러시아의 거리에있는 사람들

요약. 이 기사는 해외 (특히 몽골) 에서 러시아어를 홍보하고 몽골의 학교에서 러시아 교육학 노동자의 작업을 보장하기 위한 인도주의 프로젝트의 주요 단계를 제시합니다.

키워드: 인도주의 프로젝트, 러시아어 교.

프라이베이트 하우스 컨스트루션의 일부 기능
남부 코레아에서

Принятая 3 ноября 2015 г. Концепция государственной поддержки и продвижения русского языка за рубежом направлена на поддержку и продвижение русского языка за рубежом в интересах развития международного культурно-гуманитарного сотрудничества и формирования позитивного образа Российской Федерации в мире. Продвижение русского языка в Монголии имеет для Российской Федерации особое значение и актуальность.

Основным направлением по поддержке и продвижению русского языка в Монголии является популяризация и поддержка изучения русского языка как одного из основных языков мира, важного элемента мирового культурного разнообразия [1].

Одновременно с этим происходит продвижение и развитие российского образования в Монголии, посредством следующих каналов: расширение сотрудничества в культурной и образовательной сферах; экспорт российских интеллектуальных и образовательных программ и услуг за рубеж; внедрение программ мобильности преподавателей; продвижение русского языка и культуры за рубежом с использованием русскоязычных преподавателей, организация курсов изучения русского языка; налаживание партнёрских контактов между школами России и образовательными учреждениями Монголии.

В апреле 2019 г. в рамках VI Московского международного салона образования состоялся круглый стол «Языковая политика в современном мире: российский и международный опыт», организованный Департаментом международного сотрудничества и связей с общественностью Министерства просвещения Российской Федерации, лейтмотивом которого стали темы основной стратегии внешней языковой политики в условиях иноязычной среды, новые методы и проекты языкового образования. Одной из важных рекомендаций круглого стола является «обеспечение регулярной организации широкомасштабных акций и мероприятий в регионах и муниципалитетах иностранных государств с целью популяризации национальных культур, распространения изучения и преподавания национальных языков как иностранных в зарубежных государствах и развития системы курсового обучения языку» [2]. Тем самым было положено начало системной поддержки изучения русского языка в Монголии через обучение российскими педагогами монгольских школьников, а также повышение уровня владения русским языком монгольских преподавателей.

В ноябре 2019 г. в рамках встречи Министра просвещения РФ О.Ю. Васильевой с Министром образования, культуры, науки и спорта Монголии Ё. Баатарбилэгом были рассмотрены перспективы развития сотрудничества России и Монголии в сфере общего образования. Главной темой встречи стало изучение русского языка в Монголии. О.Ю. Васильева подчеркнула, что «одним важным проектом представляется направление и обеспечение работы российских преподавателей в образовательных организациях общего образования Монголии» [3]. Реализация данного проекта позволит повысить уровень владения русским языком и внесёт вклад в его популяризацию стране.

Летом 2020 года стартовал набор учителей для преподавания в монгольских школах в рамках участия в гуманитарном проекте Минпросвещения России, направленного на продвижение русского языка и российского образования в Монголии. По словам Министра просвещения Сергея Кравцова, «наши учителя выполняют особую миссию – рассказывают местным школьникам и учителям о России, нашей культуре и традициях, научных достижениях, делятся с коллегами лучшими практиками отечественного образования. Их деятельность важна для России и востребована за рубежом, что подтверждается высокими оценками со стороны наших иностранных партнёров, также заинтересованных в том, чтобы российские учителя преподавали в местных школах русский язык и другие дисциплины» [4].

17 августа 2020 г. был подписан договор между МЦО «Интердом» им. Е.Д. Стасовой и Министерством образования и науки Монголии, в соответствии с которым запущен гуманитарный проект по обеспечению работы российских педагогических работников в школах Монголии. В рамках этого договора 6 российских педагогов из Москвы, Иваново, Иркутска, Улан-Удэ, Оренбурга и Томска с 1 сентября 2020 г. начали свою работу в Баянхонгорском, Дорнодском, Увурхангайском, Селенгийском и Хэнтийском аймаках Монголии в онлайн-формате в связи с COVID-19 коронавирусом и введением карантинных мероприятий в общеобразовательных организациях Монголии [5]. Пять педагогов осуществляют свою деятельность в образовательных организациях, где русский язык является обязательным предметом для изучения в школе с 7-го по 9-й класс и 1 педагог непосредственно работает с группой монгольских учителей русского языка Увурхангайского аймака. Это связано с тем, что с ростом интереса к русскому языку растёт потребность в преподавателях русского языка. Монголии нужны учителя русского языка нового поколения, т.к. «методология обучения русскому языку, усвоенная преподавателями старой школы, не отвечает новым требованиям быстро развивающейся теории обучения, что стало особенно заметно с внедрением новой парадигмы эдукологии» [6], когда монгольские учителя русского языка хотят владеть русским языком не только как средством профессиональной деятельности учителя-предметника, но и как средством профессионального общения. По сути, русский язык стал для учителей Монголии средством свободного профессионального общения, реализации собственной профессиональной компетенции.

В связи с этим педагогами используются такие основные учебно-методические комплекты, как:

1. Русский калейдоскоп: учебно-методическое пособие по русскому языку как иностранному (Поморцева Н.В., Румянцева Н.М., Тёрёчик Л.Б., Рубцова Д.Н., Алимова М.В.). Включает 6 учебных пособий и КИМы по изучению русского языка как иностранного.

2. Петухова Е.Н. Россия и русские сегодня: Учебное пособие по русскому языку для иностранных студентов и стажеров.

3. Родимкина А., Ландсман Н. Россия: день сегодняшний: Тексты и упражнения.

Учебно-методическое пособие «Русский калейдоскоп» уникальное издание по своей сути, т.к. авторам удалось охватить абсолютно все уровни изучения русского языка – от элементарного (А1) до самого сложного уровня – С2 (уровень носителя русского языка). Все 6 учебных пособия могут быть активно использованы в дистанционном формате, т.к. все УМК содержат QR-коды на ссылки с аудио- и видеоматериалами, доступными для просмотра и на компьютере, и на мобильных устройствах. Важно отметить, что каждое пособие включает контрольно-измерительные материалы, которые являются объективным инструментом для предварительного определения языкового уровня слушателя.

Учебное пособие «Россия и русские сегодня» предназначено для обучающихся продвинутого этапа обучения, целью которого является расширение языковой базы и развитие речи в социокультурной, научной и публицистической сферах общения, а также углубление лингвострановедческой компетенции обучающихся русскому языку.

Пособие «Россия: день сегодняшний» предназначен для обучающихся среднего и продвинутого этапа обучения и включает в себя адаптированные тексты из современной российской периодики, интересные с точки зрения языка и страноведения, снабженные словарем, упражнениями и заданиями для развития навыков устной и письменной речи. Все материалы пособия возможно использовать для лексической, грамматической работы, на занятиях по переводу, в учебных дискуссиях и ролевых играх. Включение страноведческих сведений - необходимое условие современного этапа развития методики преподавания русского языка как иностранного, поскольку «одновременное усвоение языка с сопутствующей ему культурой способствует решению не только познавательных, но и коммуникативных задач. общепризнано, что лексический уровень языка наиболее всего связан с культурой, которая находит отражение в семантике лексических единиц» [7].

Использование данных учебно-методических пособий в преподавании будет способствовать повышению уровня языковой компетенции монгольских учителей русского языка и соответствует основным принципам преподавания русского языка как иностранного в современных условиях (принцип коммуникативно-деятельностного подхода к обучению, который согласуется с принципом научности; принцип одновременного развития всех видов речевой деятельности; принцип прагматической актуальности обучения; принцип соответствия психофизиологическим особенностям и потребностям обучающихся педагогов; принцип поступательного обучения; эффективности освоения русского языка как иностранного способствует также социокультурная адаптация обучающихся; принцип согласованности обучения требованиям международной 6-ступенчатой системы уровней владения иностранными языками).

Частичному устранению сложностей в обучении русскому языку поможет применение новой методологии обучения, которая базируется на использовании широкого спектра традиционных и новых информационных технологий. Начавшееся онлайн-обучение с монгольскими учителями проходит в формате живых занятий (видеоконференций) с использованием различных электронных ресурсов, начиная от презентаций в PowerPoint, направленных на решение множества деловых задач, до модерирования специальной группы «Учителя русского языка Увурхангайского аймака» в Фейсбуке, т.к. будущее преподавания русского языка как иностранного трудно представить без применения новых технологий, без обращения к такому «феномену межкультурной коммуникации, как русскоязычная зона Интернета.

Именно Интернет позволяет осуществить погружение обучающегося в аутентичную языковую, культурную и ментальную среду» [8].

Таким образом, реализация гуманитарного проекта по продвижению русского языка за рубежом, и в частности, в Монголии создаёт предпосылки для продолжения жизни русского языка в стране, а существующий потенциал целесообразно направлять в будущее. Изучение русского языка монголами остается перспективным в деловом, научном, культурном контекстах.

Библиографический список

1. Концепция государственной поддержки и продвижения русского языка за рубежом [Электронный ресурс]. – URL: <http://kremlin.ru/acts/news/50644> (дата обращения: 29.09.2020).
2. Рекомендации участников «круглого стола» на тему: «Языковая политика в современном мире: российский и международный опыт» [Электронный ресурс]. – URL: <https://docs.edu.gov.ru/document/c785a6b5c59c6c060289f836039b37dd/> (дата обращения: 29.09.2020).
3. В Монголии появится центр открытого образования на русском языке [Электронный ресурс]. – URL: <https://edu.gov.ru/press/1940/v-mongolii-poyavitsya-centr-otkrytogo-obrazovaniya-na-russkom-yazyke/> (дата обращения: 29.09.2020).
4. Минпросвещения открывает набор учителей для участия в гуманитарном проекте [Электронный ресурс]. – URL: <https://edu.gov.ru/press/2680/minprosvescheniya-otkryvaet-nabor-uchiteley-dlya-uchastiya-v-gumanitarnom-proekte/> (дата обращения: 29.09.2020).
5. Российские педагоги с 1 сентября начнут работу в школах Монголии [Электронный ресурс]. – URL: <https://edu.gov.ru/press/2794/rossiyskie-pedagogi-s-1-sentyabrya-nachnut-rabotu-v-shkolah-mongolii/> (дата обращения: 29.09.2020).
6. Пунцагийн Алтанцэцэг Некоторые общие проблемы профессионально ориентированного обучения русскому языку в вузах Монголии // Русский язык в постсоветском мире: уход и возвращение? Опыт Монголии: Мат. Междунар. науч.-практ. конф., Улаанбаатар, 15-16. 09. 2010 / Сост., отв. ред. С. Панарин. – Улаанбаатар: Монгольский государственный университет науки и технологии, 2012. – С. 85-89.
7. Рожнёва Е.М. Взаимосвязанное овладение языком и культурой страны изучаемого языка [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyazannoe-ovladienie-yazykom-i-kulturoy-strany-izuchaemogo-yazyka> (дата обращения: 29.09.2020).
8. Милютина Т., Хлебда Б. Ресурсы Рунета на уроках РКИ (из опыта работы с польскими студентами-русистами) [Электронный ресурс]. – URL: <http://world.russianforall.ru/distobr/> (дата обращения: 29.09.2020).

Eduard Petrovich Leontyev
MSO "Interdom" named after E.D. Stasova, "
Ivanovo, Russia
Department of Education, Culture and Art of Uvurkhangai Aimak,
Arvayheer, Mongolia

Annotation. The article presents the main stages of the implementation of a humanitarian project to promote the Russian language abroad (in particular, in Mongolia), as well as to ensure the work of Russian pedagogical workers in schools in Mongolia.

Keywords: humanitarian project, Russian language teaching

Наталья Анатольевна Васильева

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

Дина Сергеевна Котова

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

Вероника Юрьевна Краева

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

**ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ МАГИСТРАНТОВ В
РУССКО-КАЗАХСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ СРЕДЕ (ОПЫТ РАБОТЫ В
ДИСТАНЦИОННОМ ФОРМАТЕ)**

Аннотация: В условиях, сложившихся в 2019-20 уч. году, проведение учебной практики в традиционной форме не представлялось возможным. В данной статье на материале отчетов магистрантов первого года обучения по профилю «Язык в поликультурном пространстве» анализируется первый опыт проведения такой практики в дистанционном формате.

Ключевые слова: учебная практика, магистратура, «Язык в поликультурном пространстве», дистанционный формат

Natalya Anatolyevna Vasilieva,

Dina Sergeevna Kotova,

Veronika Yuryevna Kraeva

Altai State University

Institute of Mass Communications of Philology and Political Science

Barnaul, Russia

미국 여행의 두려움

러시아-카자크에서 랜더스 엔비로먼트 (REMOTE FORMAT의 전문가)

요약. 2019-20 학년도에 널리 퍼진 조건에서는 전통적인 형태로 교육 실습을 수행 할 수 없었습니다. 이 기사에서 "다문화 공간에서의 언어" 프로필에 대한 연구 첫째 학부생의

보고서 자료에 따르면, 그러한 연습을 원격 형식으로 수행 한 첫 번째 경험이 분석됩니다.
키워드: 교육 실습, 석사 학위, "다문화 공간의 언어", 원격 형식.

Программа подготовки магистров по профилю «Язык в поликультурном пространстве» включает учебную практику по получению первичных профессиональных умений и навыков, которая проводится во втором семестре согласно учебному графику [1]. Традиционно практика организуется на базе структурных подразделений АлтГУ или в профильных организациях, расположенных на территории города Барнаула. Являясь обязательным разделом образовательной программы, практика представляет собой вид учебной деятельности, которая формирует, закрепляет и развивает теоретические навыки и определенные компетенции путем выполнения конкретных заданий и видов работ, наиболее тесно связанных с будущей профессиональной деятельностью [2, 3,]. Исходя из того, что целью учебной практики является подготовка магистрантов к будущей профессиональной деятельности, задачи практики направлены на закрепление теоретических знаний, полученных в ходе учебы при освоении образовательной программы, приобретение первого опыта применения полученных знаний.

В условиях, сложившихся в 2019-20 уч. году, проведение учебной практики в традиционной форме не представлялось возможным. Кафедра русского языка как иностранного Алтайского государственного университета приняла решение изменить форму проведения практики, адаптировав её на дистанционную форму обучения.

Одной из компетенций, формирующихся в результате прохождения названной практики, является овладение навыками разработки под руководством специалиста более высокой квалификации учебно-методического обеспечения, реализации учебных дисциплин (модулей) или отдельных видов учебных занятий программ бакалавриата и дополнительных профессиональных программ для лиц, имеющих или получающих соответствующую квалификацию (ПК-6). Это явилось отправной точкой для разработки задания для практики в условиях дистанта.

Контингент магистрантов представлял собой более 50% граждан Казахстана, аудиторное общение с которыми было затруднено в условиях карантина. Русский язык в Республике Казахстан функционирует параллельно с государственным языком. Как учебный предмет в соответствии с базисным учебным планом начальной ступени школы вводится с третьего класса. В соответствии с программой «Триединства языков», существующей в Республике Казахстан, обучение русскому языку внедряется с дошкольного возраста.

Учитывая названное, магистрантам-казахстанцам было предложено следующее индивидуальное задание. Условия его выполнения включали: самостоятельность, использование различных электронных и печатных источников.

Задание носило творческий характер и было связано с теорией и методикой преподавания русского языка как иностранного [4, 5]:

описание проекта учебного пособия по изучению русского языка как иностранного для нерусскоговорящих детей одной из возрастных групп:

- ✓ учебное пособие для детского сада (дети от 3 до 6 лет);
- ✓ учебное пособие для младших классов (от 7 до 10 лет);
- ✓ учебное пособие для средних классов (от 11 до 14 лет);
- ✓ учебное пособие для старших классов (от 14 до 17 лет).

Необходимо было представить описание своего проекта по следующему образцу (обязательное содержание):

1. Выбор возрастной группы
2. Цель и задачи учебного пособия: каким разделам русского языка (не менее двух) или русской культуры оно посвящено: фонетика, грамматика, лексика, морфология, развитие речи; литература, культура, история и т.д. (на выбор).
3. Какие навыки формирует данное пособие: чтение, говорение, письмо, аудирование, изучение русской литературы, культуры, истории и т.д. (на выбор).
4. Структура и содержание учебного пособия: из каких частей оно состоит, виды заданий, примерное тематическое членение и т.п.
5. Образцы заданий с формулировкой самого задания и наличием языкового материала: это могут быть отдельные задания, тексты, упражнения и т.д.

Вашему вниманию предлагается описание с элементами анализа результатов практики, представленных в отчетах магистрантов. Разработанные магистрантами учебно-методические комплексы (целиком и /или фрагментарно), на наш взгляд, очень хорошо выстраиваются в логическую последовательность в соответствии с возрастными периодами.

Общеизвестно, что наиболее ответственным периодом является обучение языку на начальной ступени школы (в данной контексте – дошкольная подготовка с казахским языком обучения), так как здесь закладывается фундамент знаний, умений и навыков, необходимый для продолжения обучения языку. Развитие устной речи детей, для которых русский язык является неродным – это один из важнейших аспектов формирования коммуникативных навыков. Необходимость создания учебно-методических комплексов для обучения русскому языку детей с казахским языком обучения не вызывает сомнения.

Так учебно-методический комплекс (далее УМК) магистранта Асель К. (г.Усть-Каменогорск), который нацелен на создание основ речевой культуры, развитие языковой, функциональной компетенций детей на уровне А1, с целью достижения предпорогового уровня (А2). Автор отмечает, что на этом этапе дети, в первую очередь, должны научиться воспринимать и различать на слух звуки и сочетания звуков русского языка, упражняться в правильном их произношении. Основанием разработки УМК по русскому языку для детей классов дошкольной подготовки с казахским языком обучения послужила Общеобразовательная типовая программа дошкольного воспитания и обучения, целью которой является формирование и развитие навыков устной разговорной речи в условиях созданных речевых ситуаций. Исходя из этого, Асель К. предлагает уже включать в процесс обучения русскому языку первые навыки общения на русском языке. Обосновывая необходимость данного момента, автор УМК отмечает, что на этапе раннего обучения русскому языку формируются уже грамматические навыки устной речи. На данной ступени закладываются первые представления о предмете и о трудностях его усвоения. Предрасположенность к овладению иностранными языками в 5-6-летнем возрасте, пластичность природного механизма усвоения речи, запоминание языкового материала, отсутствие языкового барьера – все это дает ребенку возможность успешно овладеть вторым языком. Обязательно учитывается специфика русско-казахского двуязычия, речевая обстановка в семье, уровень понимания детьми русского языка.

Содержание программы рассматриваемого УМК направлено на реализацию цели воспитания и обучения детей классов дошкольной подготовки с казахским языком обучения, предусматривающую создание условий для раскрытия индивидуального возрастного потенциала ребенка и формирование системы знаний по русскому языку. Предлагаемые в учебно-тематическом плане темы отражают доступный ребенку окружающий мир. Принцип обучения: от простого к сложному, от

близкого к далекому, начиная с самых понятных для ребенка тем: «Игрушки», «Овощи», «Фрукты», «Моя семья» и так далее. Для реализации поставленных задач автор предлагает использовать следующие приемы обучения:

- ✓ сопоставление звуков русского языка со звуками родного языка;
- ✓ использование игровых упражнений и игровых персонажей;
- ✓ использование предметной, иллюстративной и схемной наглядности;
- ✓ проведение сюжетно-ролевых игр и др.

Ожидаемый результат автор формулирует как ЗУМы. Ребенок должен знать: основные единицы устной речи (звук, слово, предложение), материалы для заучивания наизусть (стихи, сказки, считалки, игры и т.д.), лексический минимум по данным темам (25 – 35 слов).

уметь: слышать и различать звуки в слове, правильно их произносить, понимать значение слов лексического минимума;

владеть: первичными навыками речевого этикета (использовать в общении слова (вежливости, просьбы, извинения), построения типовых предложений с использованием новых слов, соблюдая интонацию.

Последовательность освоения содержания предлагаемого УМК обусловлена логикой изложения учебного материала в программе изучения русского языка в дошкольных организациях.

Магистрантом Айгерим К. (г.Усть-Каменогорск) был разработан вариант УМК, предназначенный для занятий по русскому языку в младших классах с казахским языком обучения в качестве дополнительного занимательного материала. Особенностью наполнения является разносторонность и насыщенность содержания представленных заданий, позволяющие ученику в необычной занимательной форме лучше усвоить, повторить и закрепить изученное на уроке, пробудить живой интерес к предмету. Автор отмечает, что успешно это можно осуществить при условии выполнения предлагаемых заданий в непринужденной домашней обстановке, совместно с родителями. Содержание УМК полностью соответствует программе и общеобязательным стандартам образования Республики Казахстан по русскому языку. Пособие может применяться на уроках и внеклассных мероприятиях.

Включение элементов занимательности является обязательным для занятий с младшими школьниками. Вместе с тем, широкое привлечение игровых элементов не должно снижать обучающей, развивающей, воспитывающей роли занятий по русскому языку.

В отборе материала к занятиям учителю необходимо ориентироваться на связи с программным материалом по русскому языку, учитывая необходимость осуществления преемственности между начальным и средним звеном.

Содержание и методы обучения данного УМК содействуют приобретению и закреплению школьниками прочных знаний и навыков, полученных на уроках русского языка, обеспечивают единство развития, воспитания и обучения.

Автор останавливает свой выбор на заданиях, включающих момент игры, фантазии, смекалки. Например:

- ✓ Расшифруй надпись, разделяя её на слова: *Безмукинетнауки*.
- ✓ Фокусы со словами: Можно ли сома превратить в вола?
- ✓ Слова-матрёшки: Найди слова внутри слова (победа).
- ✓ Анаграммы и логарифмы.
- ✓ Загадки по теме «Правописание разделительного мягкого и твердого знаков»:
✓ 1. *В лесу у пня суетня, беготня: Народ рабочий весь день хлопочет, Себе город строит. (муравьи)* 2. *Корень в земле, тело на воле, К солнцу тянутся много рук – не*

расстанутся! (деревья) Загадки по теме «Состав слова»: 1. Не спорю, не белый – я, братцы, попроще, Расту я обычно в березовой роще. (подберезовик) 2. Из-под снега расцветает, Раньше всех весну встречает. (подснежник).

Для успешного проведения занятий предлагается использовать разнообразные виды работ: игровые элементы, игры, дидактический и раздаточный материал, пословицы и поговорки, физкультминутки, рифмовки, считалки, ребусы, кроссворды, головоломки, грамматические сказки. Дидактический материал вдается в стихотворной форме, что способствует его более легкому усвоению и запоминанию.

Достаточно удачным и логичным, на наш взгляд, можно считать учебно-методический комплекс для учеников 5-9 классов, разработанный также магистрантом Асель К.

Выстроенный в соответствии с Типовой учебной программой по учебному предмету «Русский язык и литература» для 5-9 классов уровня основного среднего образования по обновленному содержанию (с нерусским языком обучения), предлагаемый УМК интересен своим дидактическим материалом, который автор адаптировал к конкретным условиям учебного процесса конкретного класса (Все материалы рассматриваемых УМК представлены в отчетах магистрантов по практике и хранятся на кафедре русского языка как иностранного ФГБОУ ВО «АлтГУ»).

Таким образом, мы считаем, что изменение задания учебной практики (не анализ имеющихся пособий, а создание своих УМК) весьма эффективно в условиях дистанционного обучения и в большей мере способствуют формированию необходимых компетенций обучающимися по направлению подготовки 45.04.01 Филология, профиль «Язык в поликультурном пространстве», с присвоением квалификации (степень) выпускника – магистр.

Библиографический список

1. Программа учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков. Направление подготовки 45.04.01 Филология. Магистерская программа «Язык в поликультурном пространстве» / Сост.: Л.М. Дмитриева, В.Ю. Краева, М.С. Сорокина — Барнаул, 2019. — 10 с.
2. Дмитриева Л.М. Работа над грамматическими ошибками: учебное пособие для иностранных студентов / Л.М. Дмитриева, Ю.И. Злобина, М.О. Сорокина, М.В. Титова, — Барнаул, АлтГУ. – 132 с.
3. Дмитриева Л.М., Гончаров Ю.М., Краева В.Ю., Куляпин А.И., Позднякова Е.Ю. Русский язык в межрегиональном культурном пространстве: упражнения, тексты, комментарии // Учебное пособие для школ и вузов Западной Монголии. — Барнаул. — 202 с.
4. Методика обучения русскому языку как иностранному: учебное пособие для вузов / И.П. Лысакова, Г.М. Васильева, С.А. Вишнякова и др.; под ред. проф. И.П. Лысаковой. — 3-е изд., стереотип. — М.: Русский язык. Курсы, 2019. — 320 с.
5. Московкин Л.В. Продуктивные инновационные технологии в обучении русскому языку как иностранному / Л.В. Московкин, Г.Н. Шамонина; под ред. Л.В. Московкина. — М.: Русский язык. Курсы, 2019. — 144 с.: илл.

Natalya Anatolyevna Vasilieva,
Dina Sergeevna Kotova,
Veronika Yuryevna Kraeva
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia

FEATURES OF UNDERGRADUATE TRAINING
IN THE RUSSIAN-KAZAKH LANGUAGE ENVIRONMENT (EXPERIENCE IN REMOTE
FORMAT)

Annotation. In the conditions prevailing in 2019-20, conducting educational practice in a traditional form was not possible. In this article, on the material of the reports of undergraduates of the first year of study on the profile "Language in the multicultural space," the first experience of conducting such a practice in a remote format is analyzed.

Keywords: educational practice, master's degree, "Language in multicultural space," remote format.

Мария Олеговна Сорокина

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

**КУРС «РЕГИОНАЛЬНАЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ» КАК БАЗА ДЛЯ
ФОРМИРОВАНИЯ СТРАНОВЕДЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ
ИНОСТРАНЦЕВ (МЕТОДИЧЕСКИЕ ЗАМЕТКИ)**

Аннотация: статья посвящена вопросам методической разработки и практического наполнения магистерского курса «Региональная лингвокультурология», преподаваемого в рамках обучения русскому языку как иностранному. Цель и задача курса – знакомство иностранных студентов магистратуры с историей и культурой Алтайского края, что позволяет обогатить и расширить их страноведческую компетенцию, включив в общие знания о России региональный компонент.

Ключевые слова: обучение русскому языку как иностранному, страноведческая компетенция, регионоведение, региональный компонент обучения

Maria Olegovna Sorokina

Altai State University

Institute of Mass Communications of Philology and Political Science

Barnaul, Russia

레지오날 LINGUOCULTUROLOGY COURSE

COUNTRY SCIENCE COMPETENCE의 기록에 대한 기록으로

포리건 스튜던트

(방법 노트)

요약. 이 기사는 러시아어를 외국어로 가르치는 과정의 일부로 가르치는 석사 과정 "Regional Linguoculturology" 의 방법론 개발 및 실제 내용 문제에 전념하고 있습니다. 이 과정의 목적과 과제는 외국 석사 학생들이 알타이 영토의 역사와 문화에 익숙해 져서 러시아에 대한 일반 지식의 지역 구성 요소를 포함하여 국가 과학 역량을 풍부하게하고 확장 할 수 있도록하는 것입니다.

키워드: 러시아어를 외국어, 국가 과학 역량, 지역 연구, 교육의 지역 구성 요소로 가르치기.

Региональная лингвокультурология, являясь разделом общей лингвокультурологии, находится на стыке нескольких дисциплин, таких как лингвистика, история, этнография, регионоведение (и не только). Такое положение в «области пересечения» разных направлений филологических исследований обеспечивает «двойственность» предмета ее изучения: с одной стороны, круг вопросов и интересов региональной лингвокультурологии весьма обширен, поскольку может касаться, например, вопросов истории архитектуры или литературоведения; с другой стороны, достаточно узок, поскольку ограничен территорией, определенной географической областью.

В первые десятилетия XXI века работы, относящиеся к региональной лингвокультурологии, лингворегиевведению и регионимике, приобретают все большую популярность. Это соответствует общей направленности филологических исследований на изучение частных (особенных, «индивидуальных») компонентов языковых и культурных систем, их сопоставление и сравнение, что в глобальном смысле становится базой для сохранения уникальных черт различных языков и культур.

Обращение к истории и культуре отдельного региона, исследование уникальных черт региональной языковой ситуации в различных аспектах может быть использовано для расширения и обогащения страноведческой компетенции иностранных студентов в процессе обучения русскому языку как иностранному. Серьезное изучение иностранного языка предполагает формирование страноведческой, лингвострановедческой, культурной и лингвокультурной компетенций, которые общепризнанно включены в общий «комплект» навыков и умений, необходимых для овладения иностранным языком в полной мере - до уровня базового и выше. «Преподаватель-русист должен стремиться к сопоставлению культур, к выделению общечеловеческих и национальных элементов структуры языковой личности, а также к определению объема и содержания культурного компонента в зависимости от целей и этапа обучения» [1, с.84]. Знакомство иностранных студентов с Россией можно осуществлять не только в аспекте страноведения, но и более «индивидуально», с использованием материалов регионоведения.

Как и другие области России, Алтайский край обладает своими уникальными чертами - в географии, истории, этнографии и культуре... Иностранные студенты, обучающиеся в Алтайском государственном университете по программе 45.03.02 Лингвистика, профиль «Русский язык как иностранный», безусловно, знакомятся с регионом на занятиях по страноведению, посещают экскурсии, узнают региональный материал в процессе обучения и в повседневной жизни; однако для структурно организованного знакомства с Алтайским краем был разработан специальный курс - «Региональная лингвокультурология», включенный в программу подготовки иностранных студентов магистратуры по профилю «Язык в поликультурном пространстве».

Методам и способам включения регионального материала в учебный процесс (будь то тексты региональной тематики, произведения русских писателей или отдельные лексические единицы - топонимы, гидронимы и т.д.) посвящены различные статьи преподавателей русского языка как иностранного [2, 3, 4]. Однако данные методические разработки еще не нашли широкое воплощение в учебниках и учебных пособиях, посвященных отдельным областям или городам России: в сети Интернет трудно найти материалы по регионоведению для иностранных учащихся.

Как пример можно привести учебное пособие Образцовой В.В. и Образцовой М.В. «Санкт-Петербург – «Северная Пальмира» [5]. На этом общем фоне курс по «алтаеведению» для студентов-иностранцев обеспечивает своего рода «включение» необходимого регионоведческого компонента в общую систему обучения русскому языку как иностранному на базе Алтайского государственного университета.

Выбор материала и тематическое «строение» программы курса было обусловлено рядом факторов. Регионоведческий материал, используемый на занятиях, должен был представить:

характерные особенности Алтайского края, определяемые по степени популярности, частотности их упоминания в связи с данным регионом: сюда можно включить стереотипные представления, широко известные фактические данные: например, удивительная природа Алтая, курортные места Горного Алтая, знаменитые люди, родившиеся в нашем крае;

индивидуальные (отличительные) особенности региона – то, что можно определить, как его «геокультурную характеристику». Термин «геокультурный» соединяет в себе два компонента – указание на определенную территорию и обладание определенной «культурой» в широком ее понимании – творческая, интеллектуальная, научная и т.д. Таким образом, отдельный регион можно представить, как «геокультурную систему» – «совокупность культурных характеристик, привязанных к определенной местности» [6, с.121]. Сформулированное иначе определение – «культурный ландшафт» – так же соединяет воедино два компонента – культуру и территорию: «целостная и территориально локализованная совокупность природных, технических и социально-культурных явлений, сформировавшихся в результате соединенного действия природных процессов и художественно-творческой, интеллектуально-созидательной и рутинной жизнеобеспечивающей деятельности людей» [6, с.121].

Наконец, одним из оснований, влияющих на выбор регионоведческого материала, стал фактор увлекательности, занимательности. Необходимо было не только представить комплекс сведений об Алтайском крае, но и привлечь внимание студентов, пробудить интерес, увлечь. Как пример можно привести легенду о Беловодье или историю о барнаульском пожаре 1917-го года.

Материалы по Алтайскому краю, включенные в курс «Региональная лингвокультурология», тематически можно разбить на несколько блоков – модулей, связанных с разными аспектами регионоведения. Конечно, невозможно представить полную информацию о регионе, его истории, культуре и выдающихся личностях: величина объема материала не является целью, главной задачей становится общее знакомство с Алтаем и формирование представления о некоторых важных аспектах истории и культуры региона. Модули курса кратко можно описать следующим образом:

1. «Общая информация по географии Алтайского края»: климат, Горный Алтай как часть Большого Алтая, положение на карте, реки, границы, крупные города;
2. «История Алтайского края»: герб региона, начало заселения края, причины зарождения горной промышленности на Алтае, Колывано-Воскресенский округ; последующие этапы заселения;
3. «Переселенцы на Алтае»: Алтай – край позднего заселения, в прошлом – русская «колония», «вторая родина» для эмигрантов из других частей России. Народы Алтая в прошлом и настоящем, алтайские племена; начало колонизации Алтайского региона в XVIII веке, строительство крепостей; старообрядчество на Алтае, легенда о Беловодье; Столыпин, столыпинская реформа, ее значение для России и влияние на

развитие региона;

4. «Диалектный ландшафт Алтайского края» (данный вопрос тесно связан с предыдущим блоком): причины многообразия диалектной карты региона; этапы формирования; типы говоров – северорусские, южнорусские, говоры «поляков» (старообрядцев), немецкие деревни на Алтае;

5. «История города Барнаула»: начало заселения, картина города до революции, архитектура и памятники Барнаула, названия некоторых улиц и площадей города. Следует отметить, что для иностранных студентов сведения об архитектуре города имеют в большей степени общий страноведческий характер, поскольку представляют разные виды архитектуры русского города вообще: деревянное зодчество, характерное для сибирских городов в целом, каменные здания конца XIX века, «сталинские» здания, типичная застройка середины XX века, дома «хрущевского типа» и т.д. Особенно интересно студентам не столько читать материалы по теме, сколько смотреть фото, видео, возможно, вспоминать собственные впечатления о прогулках по Барнаулу и сравнивать, сопоставлять с типичной картиной родного китайского города;

6. «Знаменитые люди Алтая» - краткие биографии некоторых деятелей науки и техники, чьи имена тесно связаны с Алтайским регионом: биография промышленного «магната» Акинфия Демидова; русский изобретатель Иван Ползунов; всемирно известный российский и советский конструктор стрелкового оружия Михаил Калашников; второй космонавт мира Герман Титов;

7. «Литературный Алтай» - в данный блок были включены биографии писателей, чьи имена относятся к литературной жизни Алтайского края: Г.Д. Гребенщиков, Р.И. Рождественский, В.М. Шукшин. Помимо краткой информации о писателе предполагается знакомство с одним – двумя текстами его произведений, сокращенными и адаптированными для чтения и перевода в группе студентов-иностранцев. Таким образом, занятия по Региональной лингвокультурологии переводятся и в область чтения и обсуждения русской литературы, учащиеся знакомятся с текстами русских писателей.

Материалы (тексты) для занятий по Региональной лингвокультурологии составлены на основе различных источников, упрощены и адаптированы для иностранных студентов; помимо текстов была возможность использовать фото- и видеоматериалы, посвященные некоторым темам курса.

Задания по отдельным блокам сформулированы так, чтобы развивать и тренировать различные навыки студентов: чтение с переводом, говорение, письмо, владение различными стилями русского языка, в частности, научным стилем (способность конспектировать и реферировать научные тексты), аудирование. Студенты составляли конспекты, готовили рефераты, презентации; готовили устные сообщения по темам, участвовали в обсуждении и т.д.

В заключение хотелось бы отметить, что региональный аспект в преподавании русского языка как иностранного позволяет пройти путь от частного к общему: от характеристики региона к страноведению России. Этот процесс можно сравнить с тем, как приезжающие впервые в Россию иностранные студенты лично знакомятся с русскими людьми, их характерами, привычками, особенностями речи. Благодаря индивидуальному знакомству образ «русского человека» становится для иностранных учащихся нагляднее, реальнее, живее; исчезает предвзятость, рушатся стереотипные представления, возникает желание объяснить, осмыслить и принять.

Библиографический список

1. Мишонкова Н.А., Мельникова А.А. Лингвострановедческий аспект в преподавании РКИ // Журнал Гродненского государственного университета. - Гродно: изд-во ГГУ, 2003. - №2. [Электронный ресурс] - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvostranovedcheskiy-aspekt-v-prepodavanii-rki/viewer>
2. Анисимова И. Н., Петрова О. А. О важности краеведческих знаний при обучении русскому языку как иностранному (из опыта использования элементарного лингвокраеведческого материала в преподавании русского языка слушателям подготовительного отделения Чувашия государственного университета) // Вестник Чувашия государственного университета. 2015. No 4. [Электронный ресурс] - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-vazhnosti-kraevedcheskih-znaniy-pri-obuchenii-russkomu-yazyku-kak-inostrannomu-iz-opyta-ispolzovaniya-elementarnogo>
3. Чупановская М.Н., Маклакова Т.Б. Региональный компонент на занятиях по русскому языку как иностранному (лингвокультурный комментарий краеведческого материала Иркутской области) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. - Тамбов: Грамота, 2019. - Т.12. - В.3 [Электронный ресурс] - URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2019_3_74.pdf
4. Беляева Н.В., Михайлова И.П., Шульгина Н.П. Региональный компонент в обучении русскому языку как иностранному (на материале произведений писателей Курского края) // Мир русского слова. - Москва, 2019. - №4. [Электронный ресурс] - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnyy-komponent-v-obuchenii-russkomu-yazyku-kak-inostrannomu-na-materiale-proizvedeniy-pisateley-kurskogo-kraja>
5. Образцова В.В., Образцова М.В. Санкт-Петербург – «Северная Пальмира»: Учебное пособие. - СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 1999. - 44 с.
6. Немцова Т.И. Геокультурная характеристика территории как инвариантное ядро регионального компонента образования // Псковский регионологический журнал. - Псков: изд-во Псковского государственного университета, 2007. - №4. [Электронный ресурс] - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geokulturnaya-harakteristika-territorii-kak-invariantnoe-yadro-regionalnogo-komponeta-obrazovaniya>

Maria Olegovna Sorokina
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia

REGIONAL LINGUOCULTUROLOGY COURSE AS A BASE FOR THE FORMATION OF COUNTRY SCIENCE COMPETENCE FOREIGN STUDENTS (METHODICAL NOTES)

Annotation. The article is devoted to the issues of methodological development and practical content of the master's course "Regional Linguoculturology," taught as part of teaching the Russian language as a foreign language. The purpose and task of the course is to familiarize foreign master's students with the history and culture of the Altai Territory, which allows to enrich and expand their country science competence, including a regional component in general knowledge of Russia.

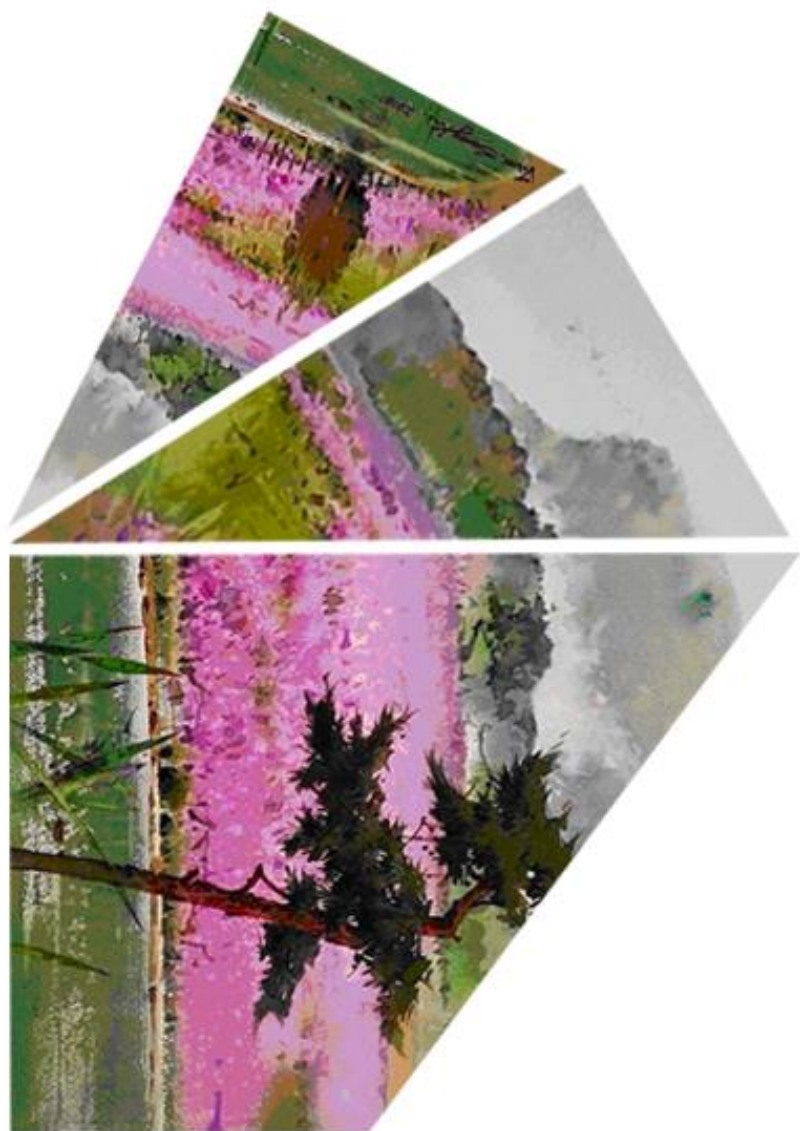
Keywords: Teaching Russian as a foreign language, country science competence, regional studies, regional component of training.

Р
а
з
д
е
л
5

П
Е
Р
С
П
Е
К
Т
И
В
Ы
О
Р
И
Е
Н
Т
А
Л
Ь
Н
О
Г
О

К
Р
О
С
С
-
М
А
Р
К
Е
Т
И
Н
Г
А
:

К
О
Р
Е
Й
С
К
И
Й
Т
Р
Е
Н
Д





Бакланова Виктория

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

Казахстан

SMART-ТЕХНОЛОГИИ В КУЛЬТУРЕ СОВРЕМЕННОЙ КОРЕИ

Аннотация. В статье описываются особенности smart-технологий Кореи и то, как они влияют на культуру страны. Рассматриваются как внедрение smart-технологий в музыку, историю, образование и другие области жизни корейцев, так и их влияние на современное искусство.

Ключевые слова: Smart-технологии, культура Кореи, Корея, умный город.

Victoria Baklanova

Altai State University

Institute of Mass Communications of Philology and Political Science

Barnaul, Russia, Kazakhstan

MODERN KOREAN CULTURE의 스마트 테크놀로지

요약. 이 기사는 한국의 스마트 기술의 특징과 이들이 국가 문화에 어떤 영향을 미치는지 설명합니다. 우리는 음악, 역사, 교육 및 기타 한국인의 삶에 스마트 기술을 도입하고 현대 미술에 미치는 영향을 고려합니다.

키워드: 스마트 기술, 한국 문화, 한국, 스마트 시티.

Введение

Раньше передовые цифровые технологии прежде всего уходили в военную промышленность, но сейчас они помогают обрабатывать информацию и моделировать опыт в разных областях обычной жизни, в том числе и культуре.

Внедрение smart-технологий позволяет выполнять рутинные задачи и принимать решения без участия человека. Цифровизация в автоматизации процессов переводит информацию в более доступную цифровую среду, где её проще проанализировать. Основные инструменты здесь – это Big Data, машинное обучение, нейронные сети, ИИ (искусственный интеллект), человеко-машинные интерфейсы, виртуальная реальность, интернет-вещей и роботизация.

Участники отрасли культуры сами идут навстречу «умным» технологиям, поэтому примеров много (интернет-поисковик культурных мероприятий, дополненная реальность в музеях, карты с комфортными маршрутами для прогулок родителей с детьми и другие).

Smart-технологии делают культуру доступнее для человека.

Технологии, которые могут изменить сферу культуры и искусства

Самообучающиеся чат-боты

Чат-боты сегодня успешно заменяют человека, отвечая на рутинные вопросы аудитории. Они имеют довольно сложную логику и готовы отвечать даже на абстрактные вопросы. Даже простой помощник, который сможет подсказать время работы музея, ответить, на какие сеансы в кино остались билеты, или показать, как добраться до театра, — это маленькая революция в каждом отдельно взятом учреждении культуры.

Грамотно реализованная технология проактивного общения с пользователями — будущее мира искусства, потому что привлечение новой аудитории — одна из первостепенных задач современного музея и театра [1].

Дополненная реальность

Технология дополненной реальности (AR) замечательно решает задачу демонстрации того, чего не видно взглядом. Например, на выставке при демонстрации экспоната, значительная часть которого утрачена, но исследователи точно знают, как он выглядел, AR-технология позволяет показывать существующий физический подлинник и дополнить его воссозданным изображением остальной части экспоната на экране.

Качественный контент должен быть выполнен с большим вкусом, хорошим пониманием арт-контекста и основан на глубоких знаниях в области искусства [2]

Виртуальная реальность

Виртуальная реальность (VR) отличается от дополненной тем, что в первом случае фантазия создателей контента ничем не ограничена: ни географическим местоположением, ни размерами помещений, ни погодными условиями, а иногда даже некоторые законы физики как будто подчиняются воображению авторов.

Такие условия открывают огромный простор для организации виртуальных выставок любого масштаба без необходимости перемещать коллекцию, а также дают возможность посетителю «потрогать» и «покрутить» даже самый хрупкий экспонат.

Например, в Сеуле имеется арт-инсталляция — бушующая волна, как будто заключенная в гигантском аквариуме. Проект описывается как «анаморфная иллюзия», он был создан для демонстрации самого большого в мире экрана с трехмерным эффектом (длиной 80 метров и высотой 20 метров) [3]

Также существует велотренажер VR Carver Inc., специально разработанный для имитации экстремальных гонок и педалирования. Устройство размещено на специальной круглой платформе и может отклоняться в шести направлениях. А для большей реалистичности «машина» интегрирована в виртуальную реальность. Велотренажер подключен к Интернету, поэтому с помощью специального приложения можно соревноваться в реальном времени с другими игроками, как друзьями, так и случайными пользователями.

Программа виртуальной реальности 4thevision от компании Vfact Maker позволяет «ходить по магазинам» и даже примерять одежду, не выходя из дома, а еще петь со звездами К-Поп прямо на сцене.

В Корее уже применяются гиперпространственной платформы "eSpace", которая позволяет копировать реальный мир в виртуальное пространство, и "Т-реальная платформа", где могут легко создаваться и совмещаться составляющие дополненной реальности. С момента запуска первой в мире сети 5G - 1 декабря 2018 года, мобильный оператор активно развивает разнообразные услуги 5G, включая дополненную реальность и виртуальную реальность, чтобы перевести восприятие

потребителей на новый уровень. 23 марта 2019 года огнедышащий крылатый дракон транслировался в прямом эфире по спортивным каналам [4].

Нейросети

В сфере культуры за много веков накопилось количество информации, которое не может вместить мозг даже самого продвинутого специалиста. Любому — от новичка до многолетнего поклонника искусства — требуется грамотный гид, который способен учитывать огромное количество факторов — от персонального вкуса до модных тенденций.

В грамотной пропорции смешать дисциплины для каждого человека, чтобы он занимался тем, что ему действительно нужно и интересно — очень сложная задача, с которой при существующем объеме информации люди часто не справляются, а у нейросетей при правильном развитии — есть шанс.

Сейчас таких сервисов, основанных на нейросетях, множество (а в разработке находится еще больше), которые смогут решить проблему ориентирования человека в огромном культурном пространстве.

Блокчейн

Блокчейн способен обеспечить максимальный уровень защиты подлинности любого объекта и его принадлежности кому-либо, поэтому, в первую очередь, это очень надежный инструмент для аутентификации предметов искусства. Эта технология может гарантировать подлинность не только самого физического объекта, но и его цифровых копий, а также контролировать их количество.

С помощью блокчейна цифровое искусство перестанет бесконтрольно копироваться и распространяться. Воспроизведение копий предметов искусства может быть ограничено, а значит, ценность каждой из них может быть соотнесена с ценностью самого шедевра.

Блокчейн позволяет оцифровать экспонаты галереи и сделать уникальную коллекцию музея доступной пользователям по всему миру.

Искусственный интеллект

Искусственный интеллект (AI) уже начинает входить в жизнь корейцев. Уже существует оцифрованный двойник молодой ведущей Ким Чжуха, который ведет ежедневные выпуски новостей [5].

Возможно через несколько лет цифровые двойники будут не только озвучивать новости, но и играть в кино.

Образование

Корея продолжает стирать границы между технологиями и образованием в рамках проекта «Умное образование» ('Smart Education' project). Недавние исследования показали, что внедрение электронных учебников оказало позитивное воздействие на учащихся. Особенно ощутимыми были результаты в достижении самостоятельности организации процесса обучения, поиске новой информации, решении поставленных задач, появлении внутренней мотивации и рефлексии. Электронные учебники способствовали устранению пропасти при подготовке студентов из небольших городов и небогатых семей и влиянию гендерного фактора на развития навыков чтения. В проект также входят такие инициативы, как разработка Виртуальной системы обучения на дому для улучшения возможностей обучения вне школы, а также создание системы доступа к программам дистанционного образования, KOEL, которая позволит обмениваться опытом в данной сфере с коллегами по всему миру.

Влияние новых технологий на искусство

В Южной Корее, одной из самых технологически развитых стран, молодые художники наряду с достижениями новейших технологий продолжают использовать для своих работ всю возможную палитру современных материалов и техник.

Скульптор Йи Хван Квона настолько деформирует традиционные пропорции человеческого тела, что на секунду перестаешь ориентироваться в пространстве. Его девочка и прохожий будто сплюснуты багом компьютерного экрана — только в формате 3D (рисунок 1). Художник играет с формой вполне в духе цифровой эпохи и призывает нас поразмыслить, насколько реально то, с чем мы сталкиваемся каждый день — например, на экране смартфона.



Рисунок 1 – Скульптура девочки. Художник Йи Хван Квона

Пак Миок изучала графический дизайн в Берлинском университете искусств, где получила магистерскую степень. Она была участницей 13-й резиденции SeMA в Нанджи и членом 10-й креативной мастерской музея Ёнын. Пак Миок — художница-концептуалистка, которая работает с новыми медиа. Подобно переводу слова с одного языка на другой, она переводит звуки в тексты, а затем делает их осязаемыми, записывая их шрифтом Брайля (рисунок 2). Ее метод заключается в совмещении двух на первый взгляд несвязанных систем. В своих работах художница стремится выразить

произвольный характер взаимоотношений между разными художественными реалиями.



Рисунок 2 – Стихотворения, переведенные Пак Миок в различные системы языка

Пэк Чжонги проявляет особый интерес к религии, науке и восточной философии. Он пытается объяснить принципы, которые не могут быть однозначно выражены словами. Художник уверен: наши слова переплетены с водой, которую мы используем и потребляем. Пэк старается передать эту идею визуальными средствами.



Рисунок 3 – Элементы скульптуры Пэк Чжонги, напечатанные на 3D-принтере: головы драконов

Эта работа поразительна тем, что для каждого пространства, для каждого музея, в котором она выставляется, Пэк Джонги заново ее собирает и разбирает потом за этим кроется интересная довольно романтическая история: Йонгсо — это водопады, довольно популярное место в Корее, и существует поверье, что рядом с водопадами обитало существо, которое превратилось в дракона и затем улетело на небеса (рисунок 3).

Заключение

Первое лицо государства подчеркнул, что корейский контент это «не просто область культуры», а «мягкая, но сильная сила», способствующая повышению ценности бренда и конкурентоспособности Южной Кореи.

«Поэтому мы делаем «агрессивные инвестиции» в мультимедийные продукты и связанные с ними предприятия, хотим поддержать творчество и инновации», — заявил президент.

Мун считает, что корейский рынок контента имеет все шансы совершить качественный скачок, особенно учитывая возможности использования сетей 5G, технологий виртуальной реальности (VR) и дополненной реальности (AR).

Музыка, кинематограф, танцы, наряды, блюда и искусство развивается и обретает новый характер с помощью новых smart-технологий.

Библиографический список

1. Стеблев А. Пять технологий, которые изменяют сферу культуры и искусства [Электронный ресурс] – URL: <https://rb.ru/opinion/tehnologij-kultura/> (дата обращения 17.10.2020)
2. Стартапы из Кореи в области технологий виртуальной и дополненной реальности (VR/AR) [Электронный ресурс] – URL: <https://b-mag.ru/startapy-iz-korei-v-oblasti-tehnologij-virtualnoj-i-dopolnenoj-realnosti-vr-ar/> (дата обращения 17.10.2020)
3. В Южной Корее создали арт-инсталляцию с гигантской виртуальной волной [Электронный ресурс] – URL: <https://official-online.com/all-news/virtual-wave-in-huge-glass-box-art-installation-in-seoul/> (дата обращения: 16.10.2020).
4. Шоу дополненной реальности с применением 5G [Электронный ресурс] – URL: https://www.youtube.com/watch?v=WQ29pB5lQsw&ab_channel=%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F1 (дата обращения 15.10.2020)
5. Искусственный интеллект (AI) уже рядом. В Корее [Электронный ресурс] – URL: <https://koreanst.livejournal.com/90537.html> (дата обращения 15.10.2020).

Victoria Baklanova
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia, Kazakhstan

SMART TECHNOLOGIES IN MODERN KOREAN CULTURE

Annotation. The article describes the features of Korea's smart technologies and how they affect the country's culture. We consider both the introduction of smart technologies in music, history, education and other areas of life of Koreans, as well as their influence on contemporary art.

Keywords: Smart technologies, Korean culture, Korea, smart city.

Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета Н.В. Халина

Александра Фурсова
Алтайский государственный университет
Институт массовых коммуникаций филологии и политологии
Россия, Барнаул

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ КОРЕЙСКОГО РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается рынок молочной продукции Кореи, а также возможности выхода Алтайской компании «Киприно» на молочный рынок Южной Кореи. Приводятся результаты анализа возможностей и угроз таких экономических взаимоотношений. Предложена стратегия выхода на рынок Южной Кореи по результатам анализа, а также инструменты сопровождения стратегии для продвижения компании непосредственно на рынке.

Ключевые слова: PEST-анализ, SWOT-анализ, стратегия прямого экспорта, стратегический альянс.

Aleksandra Fursova
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia

코레인 데이어리 시장의 마켓 스트레이트

추상: 이 기사는 한국의 유제품 시장과 알타이 회사 "Cyprino"가 한국의 유제품 시장에 진입할 가능성을 고려합니다. 기회 분석 결과와 그러한 경제 관계의 위협이 제시됩니다. 분석 결과를 바탕으로 한국 시장에 진출하는 전략과 시장에서 직접 회사를 홍보하기 위한 전략 지원 도구가 제안되었습니다.

키워드: PEST 분석, SWOT 분석, 직접 수출 전략, 전략적 제휴.

На сегодняшний день в мире активно развивается тенденция к глобализации. Для компаний это означает, что им необходимо расширение собственных границ и поиск выхода на новые рынки. Для российских компаний по производству продуктов невыгодно выходить на западные рынки, так как в настоящее время наблюдается кризисная нестабильность и санкционное противодействие запада. Поэтому логично будет сосредоточиться на поиске альтернативных вариантов, одним из которых может стать рынок Восточно-Тихоокеанского региона. В статье будет рассмотрено, какие возможности есть у Алтайской региональной компании, чтобы выйти на молочный рынок Южной Кореи.

Объект моего исследования – компания «Киприно», основанная в селе Киприно Алтайского края в 1997 году. В настоящее время компания является одним из ведущих производителей сыров и сливочного масла в Алтайском крае и в России. «Киприно» насчитывает 6 заводов. Продукция производится на современном немецком оборудовании европейских стандартов. «Киприно» уже зарекомендовала себя на рынке Сибирского-Федерального округа и на рынке России в целом, поэтому для компании актуально расширение рынков сбыта.

Рынок молочной продукции в Южной Корее представлен молоком, как «искусственным», так и натуральным, питьевыми йогуртами, в основном импортными сырами, маслом и сливками. Молоко доступно в любом магазине, особенность корейского молока – это разнообразие вкусов, в Корее есть шоколадное, банановое, клубничное и даже молоко с кофейным вкусом. Йогурт – популярный продукт в Южной Корее, в основном, они продаются жидкие и фасуются в бутылочки, начиная от 65 мл. Ситуация с сыром намного хуже: часто встречается только плавленый сыр и сливочный, твёрдые сыры, в основном, импортные, дорогие и продаются не везде. Творог и кефир в Южной Корее продукты редкие и практически не встречаются.

Также стоит отметить, что у корейцев, как и многих представителей азиатской культуры генетическая непереносимость лактозы, в следствие того, что до середины XX в. они фактически не употребляли молочную продукцию. Однако в настоящее время во всей Азии идёт переход на европейскую культуру потребления, а в Корее этот переход начался раньше, чем в остальных странах, поэтому сейчас молоко в Южной Корее становится популярным [1].

На сегодняшний день, Южная Корея представляет собой пример растущего азиатского рынка, с изменяющейся культурой потребления и ростом популярности молочной продукции. Сразу стоит отметить, что собственное производство молока в Корее ежегодно уменьшается, так как в Корее нет условия для производства нужного количества качественного молока, к тому же идёт сокращение сырьевой базы. В следствие этого уменьшается производство молока на душу населения, тогда как потребление молочной продукции увеличивается [2]. Статистика 2018 года показывает, что Южная Корея обеспечена молочной продукцией менее чем на 50%, при том что ещё к началу 2000-х страна обеспечивала собственные потребности в молочных продуктах на 90% [3].

При этом на потребительском рынке растёт спрос на импортные продукты – сыры, сливочное масло, сливки, также растёт спрос на функциональные молочные продукты. Резко повышается потребление сыров. Растёт и потребление переработанных молочных продуктов, в том числе кисломолочных растёт, в следствие развития привычек здорового питания [2].

На молочном рынке Южной Кореи постоянно идёт приток новых импортёров. На это влияют высокие цены на молочную продукцию, а также соглашения о зонах свободной торговли. На данный момент такие зоны действуют с ЕС, США, Австралией, Новой Зеландией и Канадой. Также подписан договор с ЕАЭС, который пока не вошёл в силу. Корея ведёт переговоры о создании зон свободной торговли с Кореей и Китаем. Сейчас Россия поставляет небольшие объёмы молочной продукции в Корею, в основном из Приморского края [2].

Однако несмотря на увеличивающийся импорт молочной продукции, в Корее образовался свой бренд «Сеульское Молоко». Компания прилагает все усилия, чтобы добиться хорошего качества и вкуса молока, а также расширяют свою линейку продукции, придумывает новые необычные вкусы, поддерживает эффективную маркетинговую стратегию для удержания лидерских позиций на рынке [5].

Вот несколько примеров продукции:



Рисунок 1. Продукция Корейского бренда молочной продукции «Сеульское молоко»: фермерское молоко, йогурты, сыр для запекания, сыр ломтиками для детей.

Чтобы выявить наши потенциальные возможности и угрозы при выходе на рынок Южной Кореи, стоит провести PEST и SWOT-анализ. Результаты проведения представлены в таблицах.

Таблица №1

PEST-анализ для выхода компании «Киприно» на рынок Южной Кореи.

	Положительно влияющие	Отрицательно влияющие
Политические факторы	- Дружественные отношения	- Отсутствие экономических договоров в молочной сфере
Экономические факторы	- Падение производства молочной продукции, наряду с повышением потребления - Повышение спроса на сыр - Высокие цены на молочную продукцию - Открыты к созданию зоны свободной торговли	- Крупные поставщики молочной продукции – Австралия, Новая Зеландия, ЕС и США
Социально-	- Стремление к	- Непереносимость

культурные факторы	европейской культуре потребления, заинтересованность в молочной продукции	лактозы у некоторых жителей
Технологические факторы	- Технологически слабо развиты собственные производства	- Технологически сильно развитые поставщики

Для российских производителей молочный рынок Южной Кореи открыт. Несмотря на позиции крупных конкурентов, преимуществ в пользу выхода на данный рынок много – это возможность создания зоны свободной торговли, слаборазвитая собственная технологическая база, падение собственного производства. Однако стоит учитывать, что в Корее есть свой сформированный бренд молочной продукции, но его качество сильно отличается от качества Алтайской продукции, что во многом даёт преимущества нашему производителю.

Таблица №2

SWOT-анализ для выхода компании «Киприно» на рынок Южной Кореи.

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - Большая сырьевая база - Введение новых технологий в производстве, завоз техники на заводы из Европы - Экологичность товара - Участие в международных выставках и получение наград - Соответствие стандартам качества 	<ul style="list-style-type: none"> - Небольшой ассортимент для выхода на международные рынки - Не было опыта выхода на такие крупные зарубежные рынки
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - Падение собственного производства Японии - Слабое технологические развитие собственных производств - Высокое потребление молочной продукции - Спрос на сыры - Возможности создания зоны свободной торговли 	<ul style="list-style-type: none"> - Большой уровень конкуренции, причём конкурентами являются крупные мировые производители - Непереносимость лактозы у некоторых жителей

По результатам исследования можно сделать вывод, что при увеличении ассортимента, укреплении технологической базы и правильном маркетинга компания «Киприно» сможет выйти на рынок Южной Кореи. А при возможности создания зоны свободной торговли сможет быть конкурентоспособной. Однако необходимо время на продумывание стратегии, встраивание маркетинга, и на развитие больших экономических взаимоотношений России и Южной Кореи в сфере молочной промышленности. Также можно предположить, что на рынок Южной Кореи может быть первым целевым рынок при выстраивании стратегии выхода в страны Азиатско-Тихоокеанского региона.

Для выхода на рынок Южной Кореи можно использовать стратегию прямого экспорта. Прямой экспорт – это установление коммерческих отношений с иностранными рынками. Он осуществляется с помощью прямых продаж, торговых представителей, импортёров. Для осуществления отношений компании создаётся отдел по внешнеэкономической деятельности, занимающийся вопросами экспорта. Осуществить эту стратегию можно с помощью: прямых продаж; торговых представителей и импортёров. В рамках стратегии компании необходимо будет создать отдел по внешнеэкономической деятельности, который будет заниматься вопросами экспорта [6].

Для поддержания стратегии актуально будет заключить стратегический альянс. Асланов Д. И. и Ларионова А. А. дают следующее определение: «Стратегический альянс – деловые отношения между организациями на внутреннем или международном рынках, путем объединения сильных сторон своих компаний, разделения рисков и интегрирования функции для достижения взаимной выгоды». При этом партнёры альянса остаются самостоятельными юридическими лицами, в отличие слияния или поглощения [7].

Однако Япония и Корея выделяются тем, что заключают стратегические альянсы только с теми странами, с которыми схожи культуры. Однако здесь мы можем говорить о преимуществе положения Алтайского края, так как это та территория, которая корнями своей культуры схожа с культурой Кореи. Таким образом компания «Киприно» может делать на это упор при заключении стратегического альянса с Корейскими компаниями. Также создание стратегического альянса обеспечит точное создание зоны свободной торговли с Кореей.

Для продвижения компании непосредственно на рынке Южной Кореи можно будет использовать следующие инструменты:

- Интернет-маркетинг. В его рамках возможно расширение сайта, возможность перевода на Корейский язык или полностью создание нового сайта на Корейских платформах. Также возможно создание интернет-магазина для прямой продажи продукции – без посредников. Запуск рекламы на Интернет-площадках.

- Работа с B2B-сегментом. В Южной Корее очень распространены различные пиццерии, которые заинтересованы в качественном хорошем сыре. Можно наладить взаимоотношения с развивающимся рестораном с помощью кросс-маркетинговых коммуникация: компания «Киприно» будет поставлять им сыр, а те взамен рекламировать русский алтайский сыр.

- Участие в международных выставках добавит репутацию и престиж для компании при выходе на любой международной рынок. Тем более, что Южная Корея на данный момент придаёт большее значение сыру и тем блюдам, в которых он может быть использован. Можно планировать участие в таких выставках, как выставка пищевой индустрии «SEOUL FOOD», а также «COEX Food Week».

Таким образом, условия рынка молочной продукции Кореи позволяют российской компании выход на него при выстраивании правильной стратегии маркетинга с учётом всех особенностей корейской культуры. Для выхода можно использовать стратегию прямого экспорта, которая будет подкреплять заключением стратегического альянса компании «Киприно» и Корейских компаний. Инструментами маркетингового сопровождения стратегии могут быть интернет-маркетинг, кросс-маркетинг с B2B-сегментом и участие в выставках и ярмарках.

Библиографический список

1. Что же, что же в Корее есть? [Электронный ресурс] – URL – <https://elenarvjapan.livejournal.com/17531.html>
2. Рынки Азии: великие ожидания [электронный источник]/ DairyNews.ru [Электронный ресурс] – URL: <https://www.dairynews.ru/news/rynki-azii-velikie-ozhidaniya-.html>.
3. Самообеспеченность Южной Кореи молочными продуктами снизилась ниже 50%. [Электронный ресурс] – URL <https://www.dairynews.ru/news/samoobespechennost-yuzhnoy-korei-molochnymi-produk.html>
4. Как упаковывают молочную продукцию в Корее. [Электронный ресурс] – URL – <https://www.dairynews.ru/news/kak-upakovuyayut-molochnuyu-produktsiyu-v-koree.html>
5. Сеульское молоко - бренд Южной Кореи. [Электронный ресурс] – URL
6. Михалева А. А. Стратегии проникновения на зарубежный рынок/ А. А. Михалева// European science. – №6 (38) – Иркутск, 2018 – с. 28-31.
7. Асланов Дмитрий Иванович, Ларионова Анастасия Александровна. Международные стратегические альянсы // Символ науки. 2016. – №2.2. – с.107-110.

Alexandra Fursova

MARKETING STRATEGIES OF THE KOREAN DAIRY MARKET

Altai State University

Institute of Mass Communications of Philology and Political Science

Barnaul, Russia

Annotation.: The article considers the dairy market of Korea, as well as the possibility of the Altai company "Cyprino" entering the dairy market of South Korea. The results of analysis of opportunities and threats of such economic relations are presented. A strategy for entering the South Korean market based on the results of the analysis, as well as strategy support tools for promoting the company directly in the market, was proposed.

Keywords: PEST-analysis, SWOT-analysis, direct export strategy, strategic alliance.

Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета Н.В. Халина

Анна Каширских

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

ИННОВАЦИОННЫЕ ТРЕНДЫ КОРЕЙСКОГО РИТЕЙЛА

Аннотация: В статье рассматриваются инновационные тренды корейского ритейла, состояние и тенденции развития рынка электронной розничной торговли, оценивается динамика развития и дальнейшие перспективы развития региональных розничных сетей.

Ключевые слова: розничная торговля, технологический прогресс, биометрия, биометрический эквайринг, сетевой ритейл.

Anna Kashirskih

Altai State University

Institute of Mass Communications of Philology and Political Science

Barnaul, Russia

코레인 거래에서 비공식 트렌드

추상: 이 기사는 한국 소매의 혁신적인 동향, 전자 소매 시장 개발 동향 및 동향을 조사하고 개발의 역학과 지역 소매 네트워크 개발에 대한 추가 전망을 평가합니다.

키워드: 소매, 기술 발전, 생체 인식, 생체 인수, 네트워크 소매.

Технологическое развитие России во многом зависит от опыта, накопленного другими государствами, лидирующими в сфере инноваций. Ориентируясь на инновационные системы и комплекс стимулирующих механизмов, можно выбрать подходящую модель для развития в России. Одним из лидеров в сфере технологического прогресса является Южная Корея.

В государстве потеря работы считается очень серьезной проблемой. Люди в Корее постоянно спешат, почти все свое время проводят на работе. Но когда ходить за покупками, когда всё время тратится на работу? Выходом из ситуации является Интернет, телемагазин, ночная торговля, шопинг выходного дня. Но есть ритейловые компании, которые стали размещать фотообои, где есть поверхность для наклейки: в подземных переходах, станциях метро, в общественных туалетах, в кампусах, университетах, общежитиях и других общественных местах. На них изображены витрины большого торгового центра с товарами и ценниками. Система работает следующим образом: занятой кореец, возвращаясь с работы домой, просто проходит возле иллюстрации, фотографирует нужный ему товар (сканирует QR-код) и двигается дальше. На смартфонах установлено специальное приложение, которое обслуживает та или иная розничная сеть. Оно позволяет идентифицировать покупателя, покупку, время покупки, стоимость и количество. Оплачиваться может как посредством смартфона, так и специальным устройством, сканирующим кредитные карты. Когда кореец доходит до своего дома, товар, который он приобрёл по дороге, ожидает возле дверей его дома.

Основной принцип такой торговли сводится к экономии времени клиента, его сил на подбор, покупку и доставку товара. Такая система создана для комфорта, который в республике очень ценится [1].



Рис. 1. Процесс осуществления покупки с помощью QR-кода

Кроме того, насыщенный рынок розничной торговли в Южной Корее стал причиной роста числа автоматизированных магазинов. Так местная ИТ-компания Danal Co., управляющая франшизой сети кофеен «dal.komm coffee», заявила о том, что недавно открыла в стране первую кофейню без кассиров в Международном аэропорту Инчхон. Кофейня под названием «Beat», использующая роботов, расположилась в недавно открытом втором терминале аэропорта Инчхон. Магазин управляется умными роботами, которые могут принимать заказы, делать кофе и перемещать чашки к клиентским столикам.

Автоматизированные круглосуточные магазины сейчас находятся на подъеме. Первый в Южной Корее магазин без персонала в розничном секторе появился в мае 2017 года. Местный ритейлер «7-Eleven» представил свой магазин без касс, использующий биометрическую технологию распознавания рисунка вен ладони.

В отличие от других круглосуточных магазинов, автоматизированные магазины имеют киоски самообслуживания, с помощью которых покупатели самостоятельно сканируют штрих-коды товаров и осуществляют оплату.

Розничная сеть «Emart24», принадлежащая ведущему китайскому оператору дисконт магазинов «Shinsegae», в настоящее время уже управляет шестью автоматизированными магазинами, первый из которых был открыт в июне прошлого года.

Компания BGF Retail Co. оператор крупнейшей в Южной Корее сети магазинов, сообщил о том, что готовится к открытию автоматизированного беспилотного магазина. В настоящее время компания развивает мобильное приложение под названием «Buy-Self», которое позволяет клиентам искать товары и использовать его, как платежный инструмент [2].

На российском же рынке широко развивается и быстро набирает обороты система биометрии.

Биометрия — это система распознавания людей по физическим характеристикам. Именно так мы узнаем своих родных, друзей и знакомых, поэтому это самый естественный способ идентификации личности [3].

В России хорошо внедряются инновационные платежные методы: уже сейчас наша страна в числе мировых лидеров по бесконтактной оплате, и биометрия в крупных городах среди молодежи может так же легко прижиться, так как люди постепенно изолируются от физических карт. В том числе к этому подталкивает распространение COVID-19. Вирус может передаваться через денежные купюры и пластиковые карты, поэтому оплата по лицу, когда человеку не нужно ни к чему прикасаться, кажется более безопасной.

Также биометрическая оплата сокращает время обслуживания клиента с 20 до 5 секунд. Кроме того, она позволяет при оплате сразу начислять баллы по программам лояльности и подтверждать возраст покупателя, если он оплачивает, например, алкогольный напиток.

В пилотных проектах технология используется для небольших платежей. Чтобы подтвердить перечисление более крупных сумм, планируется использовать второй фактор, например, ПИН-код. Клиент также сможет оплатить лицом покупку в интернете, посмотрев в камеру на телефоне и назвав последовательность цифр, вместо длительного заполнения реквизитов карты.

В магазинах «Лента» тестируется процедура покупки с помощью биометрии — такую возможность обеспечили ВТБ и «Ростелеком», сообщил «Известиям» руководитель департамента цифрового бизнеса банка Никита Чугунов. Он подчеркнул, что внедрить биометрический эквайринг для использования в промышленном масштабе планируется уже в середине 2020-го. Этот способ оплаты обеспечит удобство посетителям и повысит качество их обслуживания, уверен Никита Чугунов [4].

Лицевая биометрия — новый этап развития безналичных платежей, но пока этот способ не сможет заменить карту, телефон или QR-код, биометрический эквайринг будет востребован в таких заведениях, где применять традиционные способы оплаты неудобно, например, в бассейнах и аквапарках, а также на крупных культурно-массовых мероприятиях.

С 2018 года самый узнаваемый ритейлер Алтайского края – Мария-Ра стал активно меняться. Произошел ребрендинг, открылся первый магазин нового формата. Изменения коснулись фирменного стиля магазинов, оформления торгового зала и ассортимента товаров.

В магазинах нового формата объединены классический магазин, расширенный ассортимент и полноценная зона кафе. Кафе предлагает посетителям стрит-фуд, здоровую пищу, а также кофе и полезные напитки: фреши, смузи, молочные коктейли.

Компания Мария-Ра продолжает развиваться по всем направлениям, делать магазины удобнее для покупателя. В 2019 году установили первую кассу самообслуживания, которая быстро нашла отклик у покупателей сети. В планах у компании оснастить такими кассами большинство торговых точек.

Таким образом, следуя стратегии социально-экономического развития Алтайского края, которая представлена на сайте Министерства экономического развития Алтайского края, следуя вызову новой технологической революции («Сквозными» технологическими процессами для всех видов производств становятся автоматизация, роботизация и интеллектуализация. Следующий технологический уклад — создание абсолютно новой экономической ситуации, экономики знаний.), а также следуя вызову трансформации мировой экономики (Смещение позиций основных локомотивов мирового экономического роста (в сторону Китая, Индии). Трансформация внешнеэкономических отношений России с внешними партнерами, новые интеграционные процессы), считаем необходимым региональным сетям взять

за образец некоторые программы развития и продолжать усовершенствования [5]. В сетевых магазинах региона можно увеличить количество готовой продукции, так как при современном темпе жизни у молодых людей все меньше времени остается на приготовление пищи. Также установка большего количества касс самообслуживания и автоматов с чаем и кофе значительно бы сэкономило время покупателей. Успешность инновационной системы Кореи говорит нам о том, что можно и нужно учиться на основе позитивного зарубежного опыта, а установление связей для взаимодействия со странами Азии обернется успехом и в экономической сфере региона.

Библиографический список

1. Блиндозер [Электронный ресурс] – URL: <https://blindozer.ru/blog/obraz-roznitsy-v-yuzhnoy-koree/> (Дата обращения: 12.10.2020).
2. Retail.ru [Электронный ресурс] – URL: <https://www.retail.ru/news/v-yuzhnoy-koree-pokupateli-oplachivayut-tovary-posle-skanirovaniya-ven/> (Дата обращения: 12.10.2020).
3. СБЕР БАНК [Электронный ресурс] – URL: https://www.sberbank.ru/ru/person/dist_services/bio (Дата обращения: 12.10.2020).
4. Известия [Электронный ресурс] – URL: <https://iz.ru/987968/natalia-ilina/ulybnites-poluchite-v-produktovykh-magazinakh-poiavitsia-oplata-po-litcu> (Дата обращения: 12.10.2020).
5. Министерство экономического развития Алтайского края [Электронный ресурс] – URL: <https://econom22.ru/> (Дата обращения: 14.10.2020).

Anna Kashirskih
Altai State University
Institute of Mass Communications of Philology and Political Science
Barnaul, Russia

INNOVATIVE TRENDS IN KOREAN RETAIL

Annotation. The article examines the innovative trends of Korean retail, the state and trends of the development of the electronic retail market, assesses the dynamics of development and further prospects for the development of regional retail networks.

Keywords: Retail, technological progress, biometrics, biometric acquiring, network retail.

Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета Н.В. Халина

Ирина Васильева

Алтайский государственный университет

Институт массовых коммуникаций филологии и политологии

Россия, Барнаул

МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ШОУ-БИЗНЕСЕ ЮЖНОЙ КОРЕИ

Аннотация. В данной статье кратко изучается история и особенности музыки жанра k-поп, выделяются основные маркетинговые факторы его успеха, а также рассматриваются кросс-культурные коммуникации, возникшие благодаря этому культурному феномену между Россией и Южной Кореей

Ключевые слова: k-поп, айдол, лейбл, трейни, фанат, шоу, парасоциальные отношения.

Vasilieva, Irina Vasilievna

Altai State University

Institute of Mass Communication Philology and Political Science

Barnaul, Russia

마켓 코리아에서 시장 시장

요약. 이 기사는 k-pop 음악의 역사와 특징을 간략하게 조사하고 성공의 주요 마케팅 요소를 강조하며 러시아와 한국의 문화 현상으로 인해 발생한 문화 간 커뮤니케이션을 조사합니다. 키워드: k-pop, idol, 라벨, 기차, 팬, 쇼, parasocial 관계.

Шоу-бизнес в Корее - явление настолько полномасштабное и уникальное, что, начиная с 10-ых годов XXI-го века он привлекает к себе внимание не только внутри страны и в Азии в принципе, но и по всему земному шару. Данная индустрия породила уникальный музыкальный жанр, который получил название k-поп (корейский поп). В 2019 году он получил статус одного из самых популярных жанров в мире музыки.

Как жанр k-поп появился в 90-е годы, когда в стране стабилизировалась политическая обстановка, остававшаяся чрезвычайно сложной во времена Холодной Войны. Однако считается, что успешный старт этому жанру положила в 1992 году группа Seo Taiji and Boys. Они представили на шоу талантов экспериментальную песню под названием «Nan Arayo» (или «I Know»), состоящую из смеси американского и корейского попа. В шоу группа заняла последнее место, а вот песня оставалась в топе национальных чартов в течение семнадцати недель.

K-поп создавался на основе корейской национальной музыки и современных американских композиций. Чаще всего это сложный экспериментальный микс жанров, в котором можно различить такие музыкальные направления как рэп, электронный-поп, R&B (ритм&блюз) и хип-хоп. Часть композиций создаётся внутри страны, а часть - приобретает у западных композиторов, после чего переводится на корейский язык.

Сильное влияние на жанр оказало телевидение. После Холодной войны в стране началось бурное развитие телевидения и телевизионных передач, большая часть которых быстро стала музыкальной. По этой причине музыка в k-поп неотделима от шоу, и его трудно назвать исключительно музыкальным жанром.

Больше всего это похоже на высококачественный современный перформанс, синтез песни и визуальной составляющей: ярких образов, сложной хореографии и грандиозных декораций [1, 2].

Исполнителя k-поп-музыки именуют особым термином «айдол» – отчасти, потому, что поклонение фанатов певцу напоминает поклонение богу прихожан [6]. Однако выделение отдельного термина произошло не только по этой причине. Дело в том, что представитель шоу-бизнеса в Южной Корее – не только певец, но скорее, публичное лицо шоу-бизнеса со значительно большим набором функций. Кроме непосредственно исполнения песен айдол участвует в различных шоу-викторинах, снимается в кино и рекламе, а также выступает амбассадором крупных брендов. У него есть хорошо продуманный имидж, который неуклонно поддерживается. Однако деятельность айдов в Южной Корее в большей степени всё-таки связана с музыкой [1].

Факторы успеха.

Успех k-поп определяет, в первую очередь, комплексность и качество самого музыкального сообщения. Необычные композиции с качественным вокалом, сопровождающаяся эффектной хореографией в ярких, стильных, нередко – подчёркнуто эротических костюмах, отснятая в высоком качестве. Чтобы достичь такого уровня качества, агентства собирают команды профессионалов из самых разных сфер, начиная от музыки и дизайна и заканчивая менеджерами и техническими специалистами. А будущие айдолы – трейни – проходят чрезвычайно трудную подготовку.

Не менее важную роль в продвижении айдов играют имиджевые и PR-технологии. Индустрия характеризуется не просто высоким, но высочайшим уровнем контроля за публичным образом исполнителей. Лейблы – продюсерские компании, которые одновременно ответственны – делают всё, чтобы избежать скандала: учат трейни двигаться, одеваться, говорить, отвечать на провокационные вопросы и, конечно, всеми силами избегают скандалов – вплоть до запрета на отношения. Чтобы избежать вопросов по отношению к песням, в них в основном отсутствует излишне тяжёлый, негативный контекст, спорные моменты и политические намёки [3, 4].

Также успех PR-акций определяется их цикличностью и отработанностью. Продвижение всех групп начинается и ведётся в этом смысле примерно по одной схеме, что позволяет зрительской аудитории легко составить представление о новом исполнителе. Наиболее известные PR-акции – это дебют и камбэк. Дебют – это первое выступление группы с новым синглом на ТВ, которое подогревается выходом клипа в интернете и разнообразной тизерной рекламой. Камбэк, в свою очередь – это выпуск нового сингла или альбома, начало его раскрутки на еженедельных шоу, и, конечно, новая ТВ-премьера. Другая, значительно более масштабная акция – так называемые шоу на выживание. В такое шоу посредством прослушиваний набирают талантливых исполнителей. Затем, в течение определённого периода их обучают; наиболее интересные моменты с точки зрения съёмочной группы монтируются вместе с подготовленными по сценарию выступлениями в новый эпизод шоу. Решение, кого оставить в коллективе, обычно возлагают на телезрителей, которые отдают голоса за любимых участниц. «Выживших» на шоу объединяют в группу и начинают продвигать [4].

Ещё один не менее важный фактор успеха – это реклама. Уникальная особенность k-поп состоит в том, что он тесно переплетён со всей торговой индустрией Азии – конечно, Кореи в первую очередь. Шоу-бизнес и товарная индустрия способствуют продвижению друг друга множеством способов, и мало где ещё они связаны так

сильно, как здесь. Часто клипы айдолов наполнены скрытой рекламой, да и они сами нередко выступают в качестве лица рекламной кампании или лидера мнения [1].

Однако в итоге, как бы банально это не звучало, в данном жанре всё упирается в деньги: агентства тратят бешеные суммы на раскрутку своих подопечных. Принято считать, что контроль над индустрией к-поп принадлежит трём наиболее крупным агентствам по «производству айдолов»: SM Entertainment (EXO), YG Entertainment (Blackpink) и JYP (TWICE). Именно они задали нынешние стандарты к-поп и фактически превратили шоу-бизнес в гигантскую фабрику по производству модных исполнителей [4].

Процесс начинается с прослушиваний, на которых можно победить, только обладая исключительным талантом. Прошедшие конкурс подписывают контракт стажера и переезжают в общежитие компании. Вместе с другими трейни они учатся петь, танцевать, вести себя на публике, говорить на японском и английском, а также улучшают физические данные за счёт диет и спорта. При этом они не прекращают школьные занятия [3, 4].

Затем компания отбирает исполнителей. Агентство определяет все: название группы, ее имидж, хореографию и музыкальные композиции. Однако есть и исключения, некоторые исполнители пишут музыку сами, в частности, наиболее популярная сегодня группа BTS [5, 6, 7].

Фанатская культура – ещё одна неотъемлемая часть успеха к-поп. Можно сказать, что без неё индустрия существовала бы только на 50%. Фанаты сочиняют для своих кумиров специальные кричалки, которые исполняют в перерывах вместе с несложными танцевальными композициями – настоящий музыкальный чирлидинг! Каждый фанклуб – это настоящая иерархическая система со строгими правилами, вплоть до взносов за членство, и значительная информационная и экономическая часть индустрии держится на них. Именно на фанатской культуре основывается последний из наиболее заметных факторов популярности к-поп – «парасоциальные отношения». Это любопытный, социальный феномен появился в современную цифровую эпоху. Они начинаются, когда пользователь соцсетей решает, что звезда или лидер мнения – его близкий или родной человек, регулярно наблюдает за его повседневной жизнью и ведёт себя так, словно он как минимум активный участник всех его жизненных событий. К парасоциальным отношениям отчасти сознательно, а отчасти по инерции подстегивает зрителей вся индустрия. К-поп исполнители очень много уделяют общению с фанатами: проводят прямые лайф-трансляции, публикуют селфи и бэкстейджи с выступлений, рассказывают личные истории [8].

К-поп-культура в России и Барнауле.

В России к-поп культура получила активное развитие в 2012 году, после выхода хита PSY под названием «Gangnam Style» [5].

Однако ещё до этого в России уже появились несколько коллективов, профессионально занимающихся любительским исполнением танцев популярных к-поп-групп иначе говоря – cover-dance-команд. В 2011 году российская команда Febris Erotica триумфально победила в финале всемирного cover-dance-фестиваля, финал которого состоялся в Южной Корее. Другая команда, x.east 37 стала победительницей в 2017 году, а в 2018 за свои достижения получила серебряную кнопку YouTube [9, 10].

Сейчас в Сибири и в частности, в Барнауле, существует несколько творческих коллективов, которые профессионально занимаются cover-dance. Они часто принимают участие в фестивалях гик-культуры. Стоит отметить, что все они выступают на достойном уровне, и, будучи участниками фестивалей, узнают многие песни по первым же аккордам и могут спонтанно исполнить их – что на фестивалях

часто и происходит. Велико не только количество танцев, которые они знают, но и синхронность, и качество исполнения. Группы принимают участие не только в фестивалях фанатской культуры, но и в специализированных фестивалях k-pop. Самый крупный такой фестиваль в Сибири носит название «ARENA | Siberian K-POP Cover dance battle» [1, 11, 5].

Противоречия индустрии.

Обратная сторона красочной творческой оболочки k-pop – это тяжелейший труд; многие исполнители спят по 2-4 часа в сутки. Жёсткость рамок, в которых они существуют, нередко губительно сказывается на психике. Лишние сто грамм на талии или несоответствие ожиданиям лейбла могут стоить им карьеры. А ненавистники – хейтеры, сделают всё, чтобы сломить их морально. Часто тяжёлым бывает и финансовое положение исполнителей. Большая часть агентств предоставляет своим трейни кредит на обучение и проживание. Который потом исполнители оплачивают за счёт гонораров. И хорошо, если они станут исполнителями и смогут сделать это самостоятельно. А из того огромного количества денег, которое возвращается в музыкальной индустрии Южной Кореи, лишь немногие, самые популярные исполнители получают действительно достойные гонорары. Зарплата многих других совершенно не окупает их тяжёлый труд [12].

Библиографический список

1. ВКонтakte. ARENA | Siberian K-POP Cover dance battle [Электронный ресурс] – URL: <https://vk.com/arenadancebattle>
2. Blueprint. Алфавит К-Рop. [Электронный ресурс] – URL: <https://theblueprint.ru/culture/music/k-pop-alfavit>
3. РИА Новости. Айдолы, фандомы, BTS и мировые рекорды: в чем феномен К-рop музыки. [Электронный ресурс] – URL: <https://ria.ru/20200727/1574819483.html>
4. Blueprint. Алфавит К-Рop. [Электронный ресурс] – URL: <https://theblueprint.ru/culture/music/k-pop-alfavit>
5. ВКонтakte. F.L.C Cover Dance Team [Four-Leaf Clover [Электронный ресурс] – URL: https://vk.com/flc_cdt
6. РИА Новости. Айдолы, фандомы, BTS и мировые рекорды: в чем феномен К-рop музыки. [Электронный ресурс] – URL: <https://ria.ru/20200727/1574819483.html>
7. Эдриан Бейсли. BTS. Биография группы, покорившей мир. М.: Эксмо, 2018, – 250 с.
8. Нож. Мой лучший друг меня не знает. [Электронный ресурс] – URL: <https://knife.media/parasocial/>
9. ВКонтakte. X.EAST DANCE CREW [Электронный ресурс] – URL: https://vk.com/x_east

Irina Vasilieva

Altai State University

Institute of Mass Communications of Philology and Political Science

Barnaul, Russia

MARKETING TECHNOLOGIES IN SOUTH KOREA SHOW BUSINESS

Annotation. This article briefly examines the history and features of k-pop music highlights the main marketing factors of its success, and also examines the cross-cultural communications that arose due to this cultural phenomenon between Russia and South Korea.

Keywords: k-pop, idol, label, train, fan, show, parasocial relationship.

Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета Н.В. Халина

Иван Савин

Московский государственный строительный университет

Институт строительства и архитектуры

Россия, Москва

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА ЧАСТНЫХ ДОМОВ В ЮЖНОЙ КОРЕЕ

Аннотация. В статье рассматриваются основные особенности строительства частных домов в Южной Корее, их архитектура, дизайн, внешнее и внутренне убранство. Проведен анализ типичного строительства индивидуальных домов. Общие тенденции строительства в Южной Корее были сформированы еще 20 лет назад: на смену большинству корейских деревень пришли районы с частными домами. Современный корейский пригород - место абсолютно футуристического, экологического, комфортного жилья, для всей семьи.

Ключевые слова: жилые дома, строительство, южная корея, умный дом, многоквартирный дом, частный дом, дизайн, архитектура

Ivan Savin

Moscow State Construction University

Institute of Construction and Architecture

Moscow, Russia

사빈 이반

일부 코레아에서 자유로운 휴가의 취약점에 대한 일부 느낌

요약. 이 기사는 한국의 개인 주택 건설, 건축, 디자인, 외부 및 내부 장식의 주요 특징에 대해 설명합니다. 개별 주택의 전형적인 건설 분석이 수행되었습니다. 한국의 일반 건축 동향은 20 년 전에 형성되었습니다. 대부분의 한국 마을은 개인 주택이있는 지역으로 대체되었습니다. 현대 한국 교외는 온 가족을위한 절대적으로 미래적이고 생태적이며 편안한 주택이있는 곳입니다.

키워드: 주거용 건물, 건축, 한국, 스마트 하우스, 아파트 건물, 개인 주택, 디자인, 건축

В России загородный дом обычно считается идеальным местом для проживания. В то время как в Южной Корее считается более престижным жить в центре большого города, поэтому, например, дома в центральных районах Сеула вдвое дороже, чем в пригородах. Также со временем популярность отдельных домов падает, тогда как современные многоквартирные дома, наоборот, растут. По данным социологических исследований, в 1982 г. 80,5% считали индивидуальный дом идеальным типом жилья, а 12,5% - многоквартирным домом, а в 1992г. Было 65,3% и

34,2% индивидуальных и многоквартирных домов соответственно. % Несмотря на это, многие южнокорейцев не прочь иметь частный дом.

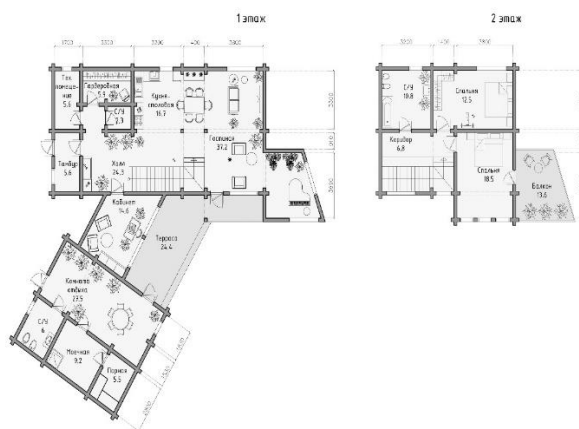


Рис 1 Дом «Фазан» 247 м², жилая площадь 209 м²

Например, очень популярны деревянные дома. Качество сибирской древесины, из которой делают клееный и профилированный брус, признано в этой стране достойным, результатом чего стало появление нескольких жилищных проектов для южнокорейских семей. Чаще всего выбирают простые архитектурные решения, отвечающие современным требованиям, но при этом имеющие отсылку к традиционному корейскому дому - деревянному дому Ханок, который строился исключительно из натуральных материалов: дерева, камня, соломы [1,2].



Рис 2. Дом-«Фазан»

Оптимальное решение - небольшие дома площадью 90-170 кв.м. в стиле лофт или минимализм, просторный, полный света и воздуха, простой на вид, но стильный и универсальный.

Также хорошим примером может быть частный дом Deer House, который был построен в северном районе Сеула. Это трехэтажный особняк площадью 647,71 кв. Работа над проектом заняла долгих 6 лет, и результатом стал этот дом с необычным инновационным силуэтом. Дом расположен в заповеднике вдоль тропы, ведущей к подножию горы Бухансан. Главной особенностью здания является скатная крыша, благодаря которой крыша и фасадная стена составляют одно целое. Полное

пространство, сформированное под покатой крышей и вертикальными стенами, используется в качестве изоляционного слоя для повышения энергоэффективности здания, а также места для хранения. Вертикальные каменные решетки на фасаде выполняют роль жалюзи, защищая здание от перегрева и поддерживая комфортную температуру внутри помещений. Еще одной яркой особенностью здания является угловые окна, которые устанавливаются глубоко в фасадах, образуя своеобразные коробки [3].



Рис 3. Частный дом Deer House

Планировка помещения выполнен таким образом, что в комнатах есть большие угловые окна, откуда открывается панорамный вид на окружающий пейзаж. Вход в дом обеспечивается с восточной стороны из подземного уровня. Старшее поколение занимает первый этаж дома, где расположены социальная зона открытой планировки, две спальни, рабочий кабинет и ванная комната. Молодое поколение занимает последний этаж. Все этажи дома соединены лифтом и внутренней лестницей. На западной стороне дома есть большая терраса на палубе с видом на местный пейзаж [4].



Рис 4. Частный дом Deer House

Типичный современный семейный дом включает: прямоугольный участок только с двумя небольшими прямоугольными окнами и балконом со стеклянными перилами. Со стороны внутреннего дворика, на первом этаже, установленные раздвижные стеклянные двери, соединяющие социальную зону с террасой и внутренним двориком [5].



Рис 5. Slow House (вид сбоку)



Рис 6. Slow House

Этот трехэтажный дом площадью 109 квадратных метров принадлежит семье с детьми, поэтому при планировании интерьера особое внимание уделялось созданию общих и конфиденциальных помещений. В доме три иерархии - зона общего пользования, зона для детей и родительская зона. Понятие внутренних лестниц используется для разделения пространств. Нижний этаж занимает социальная зона - кухня, столовая и гостиная. На втором этаже - кабинет и две детские спальни. Из кабинета вы можете заглянуть в гостиную и пообщаться с теми, кто там. Самый верхний этаж занимает частная зона родителей - спальня и ванная комната. В конце лестницы есть большой чердак, которое используется как игровая комната для детей. Все комнаты имеют разную форму потолка, создает уникальное ощущение свободного пространства [1].



Рис 7. Slow House (вид изнутри)

Культура жизни в пригороде Южной Кореи, располагает к неспешному созерцанию природы и отдыху и ничего не отвлекающего внимания от сути вещей. При этом в таких домах можно принимать большие компании гостей, проводить

различные развлекательные мероприятия и вечеринки. Для этого предусмотрена большая столовая зона и прекрасно оборудованная кухня. Таким образом, общие тенденции строительства индивидуальных домов в Южной Корее были сформированы еще 10 и даже 20 лет назад: на смену большинству корейских деревень пришли районы с частными домами. Современный корейский пригород - место абсолютно футуристического, экологического, комфортного жилья, для всей семьи.

Библиографический список

1. Кирьянов О.В. Южная Корея // ООО Группа Компаний «РИПОЛ классик». 2017. С. 380.
2. Раздел «Цифровизация строительной отрасли» в проект Стратегии развития строительной отрасли до 2030 года: сайт www.nopriz.ru. [Электронный ресурс]. Дата обновления: URL: <https://cutt.ly/gtMDOjY> (дата обращения: 19.10.2020).
3. Бюджетный проект дома в Южной-Корее: сайт coolhouses.ru [Электронный ресурс] 2014. Дата обновления: 2014 URL: <https://clck.ru/RN5Qu> (дата обращения: 19.10.2020).
4. Строительство домов в Южной Корее: сайт klm-art.ru. [Электронный ресурс]. Дата обновления: URL: <https://klm-art.ru/korea/> (дата обращения: 19.10.2020).
5. Необычный частный дом в Южной Корее: сайт coolhouses.ru. [Электронный ресурс] 2018. Дата обновления: URL: <https://clck.ru/RN5Rr> (дата обращения: 19.10.2020).
6. Инновационный дом в Южной Корее: сайт coolhouses.ru. [Электронный ресурс] 2017. Дата обновления: URL: <https://clck.ru/RN5SF> (дата обращения: 19.10.2020).
7. Ирён Оставшиеся сведения о трех государствах (Самгук юса) // Гиперион 2018. С 89б.

Ivan Savin
Moscow State Construction University
Institute of Construction and Architecture
Moscow, Russia

SOME FEATURES OF PRIVATE HOUSE CONSTRUCTION IN SOUTH KOREA

Annotation. The article discusses the main features of the construction of private houses in South Korea, their architecture, design, external and internal decoration. Analysis of typical construction of individual houses was carried out. General construction trends in South Korea were formed 20 years ago: most Korean villages were replaced by areas with private houses. Modern Korean suburb - a place of absolutely futuristic, ecological, comfortable housing, for the whole family.

Keywords: Residential buildings, construction, south Korea, smart house, apartment building, private house, design, architecture.

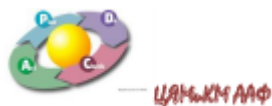
Р
а
з
д
е
л
6

К
У
Л
Ь
Т
У
Р
Ы
А
Л
Т
А
Я
И
А
Л
Т
А
Й
С
К
И
Е

Я
З
Ы
К
И
:
Я
З
Ы
К
О
В
О
Й
О
Р
И
Е
Н
Т
А
Л
Ь
Н
Ы
Й

М
Е
Н
Е
Д
Ж
М
Е
Н
Т





Алексей Конев

Центр обучения Восточных и Европейских языков ЭЛИТ
Россия, Барнаул

САМОБЫТНОСТЬ ЯЗЫКА АЛТАЙЦЕВ

Аннотация. Алтайцы являются уникальными представителями множества языков, которые формируют лингвистическую социокультуру Алтая. Их роль и воздействие на формирование языковой культуры Алтая в целом по-прежнему вызывает интерес. Самобытность языка определяется территориальными, культурными, историческими критериями.

Ключевые слова: алтайцы, языковая культура, многообразие языка, этническое сознание.

Под термином «алтайцы» объединяются представители этногрупп малочисленных народов, проживающих на Алтае. В них входят: телеуты, тубалары, кумандинцы, теленгиты. Весь этнос делится на две подгруппы — южную и северную. Они имеют отличия в антропологии, разговаривают на разных языках. Все они составляют коренной народ Алтая, относящийся к тюркам.

Люди, живущие в южной части Алтая, говорят на южноалтайском языке, который ранее назывался ойротским. Их именуют алтай-кижи, что означает «алтайский человек». Также их раньше называли алтайские татары. К ним относятся теленгиты, телеуты. Их язык определяют в группу восточнокыпчакских. Вторая часть населения говорит на северноалтайском. В 19 веке они назывались черневыми татарами [1].

Обращение к проблематике этнического самосознания обосновано тем, что именно оно лежит в основе формирования культуры межнациональных отношений в любом социуме. В условиях клерикализации российского общества, ставшей доминирующей тенденцией в 2000-е гг., у коренного населения Республики Алтай заметна актуализация традиционных верований, которые оказывают мощное влияние на формирование этнического самосознания народа. Проблема становления этнического самосознания является сложной и противоречивой, особенно в современных социокультурных условиях, однако для ее решения необходимо четко разобраться в понятиях. На сегодняшний день существуют различные точки зрения толкования категории «этническое самосознание», но зависят они от понимания категории «этнос».

Согласно точке зрения Головневой Е.В., этнос может быть рассмотрен как особое «общественное формирование», которое консолидирует и характеризует, с одной стороны, наличие социальных потребностей и интересов, сознания, нравственности, деятельности, специфических форм отношений с внешним миром, а с другой, — устойчивость в социальном пространстве, биологическое воспроизводство, наличие базовых культурных ценностей, выражающихся в единстве культурных форм этноса, наличие единого поля коммуникаций и взаимодействия, обеспечение идентификации для членов своей группы и признание их другими группами, наличие

фундаментальных связей с различными общественными формированиями (культурными, социальными, политическими общностями, в т. ч. государством). [2] Таким образом, этническое самосознание представляет собой специфическую форму группового самосознания, при которой ее носитель (этнос) оказывается способным к пространственно-временной самоидентификации в рамках природной и общественной среды, самоотнесению с внешним миром и противопоставлению себя последнему. Важно отметить, что для этнического самосознания как особой формы группового самосознания, характерны: устойчивость и долговременность существования, бинарность, наличие базовых культурных ценностей, традиционность, синкретичность. Как и в любом традиционном обществе, у алтайцев сильна историческая память, заключенная в верования, легенды, мифы и предания. Но, традиционная для этноса религия оказывает наиболее значительное влияние, как на ход этнических процессов, так и на формирование культурных ориентиров этнической группы. Данный тезис необычайно актуален в отношении современного статуса шаманизма на Алтае.

Немецкий социолог Х. Кноблаух подчеркнул, что «каким бы не было трудным определение современных отношений между культурой и религией, они составляют одну из наиболее значимых составляющих турбулентности в современном обществе». [5] Шаманизм, являясь традиционным элементом духовной жизни тюркских народов, играет значимую роль в религиозной мозаике современного Алтая. Он выступает одной из самых ранних форм религии и как показывают историко-этнографические исследования, он являлся ранее и является сейчас органической частью всего комплекса духовной жизни народов Алтая. Алтайский шаманизм носит вербальный характер. Это учение не имеет письменного изложения своих основ, положений, деклараций.

В алтайском шаманизме нет профессиональной иерархической специализации на основе определенных обрядов и испытаний, которые должны проходить шаманы (камы) при своем становлении. Считается, что камы обладают передающимся по наследству даром лечить людей при помощи магических приемов. Кам служит проводником между миром живых и миром мертвых, а также между миром людей и миром природы. Шаманы появляются по велению духов-предков, и это не требует какой-либо санкции со стороны общества или конфессиональной организации. Пройдя свое становление под покровительством духов и получив от них разрешение на изготовление бубна, кам становится признанным среди окружающих избранником божеств.

Однако разрушение на протяжении двадцатого века этой системы религиозно-философских, морально-этических и медицинских знаний, привело к разрушению этнического самосознания тюркских народов Алтая.

Тем не менее, было бы ошибкой считать, что культура коренного населения этого региона была полностью утрачена. На сегодняшний день, социологи фиксируют возрождение национального самосознания. [4] Изучение этнического самосознания алтайцев тесно связано с анализом этнической структуры общества. На Алтае она необычайно сложна и запутана.

Причастность к общности, называемой на Алтае «сеок», определяет не только самоназвание личности, но и в определенной мере предопределяет его поступки. При этом сохраняется и память о принадлежности своего рода к подразделению, являющемуся средним между сеоком и народностью. Так, в Южном Алтае «человек рода алмат знает, что его сеок вместе с другими общностями того же уровня составляет общность, именуемую «теленгит-кижи». Как известно теленгиты вместе с

другими общностями того же уровня (алтай-кижи, кумандинцы, челканцы и др.) только 20в. объединились в народность, на сегодняшний день именуемую «алтайцами». [4] Это ярко свидетельствует о том, что процесс этногенеза данной этнической группы не завершен и находится в процессе своего становления. Это и делает этническую структуру современного алтайского социума уникальной и неповторимой. Например, представители южных и северных алтайцев имеют существенные различия в наречиях, а единый алтайский язык был системно оформлен лишь в 20 веке и не является абсолютно естественным ни для одной из народностей алтайцев. [3]

В доминирующем числе обрядовых сюжетов главным действующим лицом выступает общность, а не личность. Интересно отметить, что самоназвание рода не упоминается напрямую, так как, создавая модель своего мира, члены сеока признавали себя единственными людьми среди иных существ и именовали себя просто народом. Этот факт является яркой иллюстрацией о том, что в язычестве объектом поклонения выступает сама социальная общность, выраженная в религиозном символе. [5]

Таким образом, у каждого рода есть «своя гора», свои святые места поклонения духам. В шаманских практиках воплотились представления о тесном родстве членов рода с природными объектами, например, с деревьями, прочно ассоциирующимися с конкретным сеоками или их группой. Именно в шаманизме наиболее полно видно, что род у алтайцев представляет собой целостный биосоциальный организм. Род и есть та группа, которая выступает объектом поклонения и обожествляется каждым, кто к этому роду принадлежит. Безусловно, что этническое самосознание складывается под влиянием целого комплекса факторов, таких как особенности хозяйственной деятельности, природные условия и пр.

Однако, проблема незавершенности этногенеза алтайцев во многом кроется в сохраняющемся традиционном мировоззрении алтайцев и возрождении языческих практик на территории современной Республики Алтай. Шаманизм, являясь по своей сути родовой религией, полностью отражающей природные, социальные и психологические реалии рядового алтайца, является одним из факторов, который, как это не парадоксально, препятствует формированию этнической целостности этого народа. Безусловно, что общего у алтайских шаманов больше чем различного. Единая система ценностей, сходство обрядовости и культа, традиции и обычаи, зачастую зеркально отражающие друг друга, в камланиях шаманов разных родов свидетельствует об общей культуре и ментальности алтайцев. Таким образом, особенностью самосознания современных алтайцев России является ориентация на сохранение родоплеменных ориентаций и выраженной родо-центрической идентификации.

Библиографический список

Web sites:

1. <https://travelask.ru/articles/altaytsy-lyudi-veryaschie-v-duhov-prirody>
2. Библиографическое описание: Короткова, А. А. Специфика этнического самосознания алтайцев в контексте возрождения традиционных верований / А. А. Короткова. — Текст: непосредственный // Психологические науки: теория и практика: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). — Москва: Буки-Веди, 2015. — С. 51-53. [Электронный ресурс] — URL: <https://moluch.ru/conf/psy/archive/158/8093/> (дата обращения: 15.12.2020).

3. Анохин А. В. Материалы по шаманству у алтайцев, собранные во время путешествий по Алтаю в 1910–1912 гг. по поручению Русского Комитета для изучения Средней и Восточной Азии. // Сб. МАЭ. — Л., 1924. — Т. 4, вып. 2. — 152 с. Переиздано отдельной книгой: Материалы по шаманству у алтайцев, собранные во время путешествий по Алтаю в 1910–1912 гг. по поручению Русского Комитета для изучения Средней и Восточной Азии. — Горно-Алтайск: Ак-Чечек, 1994. — 150 с.

4. Бельгибаев Е. А., Назаров И. И., Николаев В. В. Современные этноязыковые процессы у северных алтайцев // Этнография Алтая и сопредельных территорий: Мат-лы междунаро. науч.-практ. конф. Барнаул, 2005. Вып. 6. — С. 155–157.

5. Knoblauch H. Culture and Religion in Turbulent Times — Secularization and the Transformation of Religion // Geneva, 10 September 2011 ESA 10th Conference «Social Relations in Turbulent Times». Programme book.

Aleksey Konev

Center for teaching Eastern and European Languages ELITES
Russia, Barnaul

THE IDENTITY OF THE ALTAI LANGUAGE

Annotation. Altai residents are unique representatives of many languages that form the linguistic socioculture of Altai. Their role and impact on the formation of Altai language culture as a whole remains of interest. The identity of the language is determined by territorial, cultural, historical criteria.

Key words: Altai, language culture, diversity of language, ethnic consciousness.

Научный руководитель – канд. филол. наук, директор Центра обучения Европейских и Восточных языков Татьяна Юрьевна Авдеева

Кристина Скорынина

*Центр обучения Восточных и Европейских языков ЭЛИТ
Россия, Барнаул*

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕНТАЛЬНЫХ И ЯЗЫКОВЫХ ЛАНДШАФТОВ

Аннотация. Исследования японского языка многочисленны. В современных лингвистических, языковых реалиях прослеживаются определенные самобытные признаки принадлежности японского языка к языковому и ментальному ландшафту алтайских языков, что позволяет вывести изучение японского языка на новый уровень для более детального его лингвистического, культурного, социального плато. Данный компаративный подход открывает новые возможности презентирования японского языка как части семьи алтайских языков.

Ключевые слова: ментальный, языковой ландшафт, японский язык, алтайские языки, макроязыковая семья.

요약. 일본어 연구는 많습니다. 현대 언어, 언어 적 현실에는 알타이 언어의 언어 및 정신 환경에 속하는 일본어의 특징적인 징후가 있으며, 이를 통해보다 자세한 언어, 문화,

사회 고원. 이 비교 접근법은 알타이 언어 군의 일부로 일본어를 제시 할 수있는 새로운 가능성을 열어줍니다.

주요 단어: 정신, 언어 풍경, 일본어, 알타이 언어, 거시 언어 패밀리.

Алтайские языки, это условный термин, используется для обозначения макроязыковой семьи, в которую входят монгольская, тюркская и тунгусо-маньчжурская языковые ветви, корейский язык, японо-рюкюская языковая ветвь. На этих языках разговаривают на территории Северо-Восточной Азии, Центральной Азии, Анатолии и Восточной Европы. Сама группа названа вслед за названием Алтайских гор, горной цепи расположенная в центральной Азии. Стоит отметить, что генетическая связь языков, составляющих алтайскую общность, не является общепринятой [1].

У этих языковых семей присутствуют схожие характеристики. «Алтаисты», придерживаются мнения, что общие признаки присутствуют ввиду общего происхождения от праалтайского языка, на котором разговаривали несколько тысяч лет назад. «Анти-алтаисты» рассматривают схожести как результат соприкосновения этих языковых групп. Остальные лингвисты придерживаются нейтральной позиции [3].

Впервые причислить японский язык к урало-алтайской семье было предложено в 19 веке учёным Антоном Боллером [6]. Однако, в то время сопоставления японских слов со словами урало-алтайских языков носили случайный, хаотичный характер, к тому-же, внутреннее родство уральских и алтайских языков также не было доказано. Затем, уже в 20 веке, Г. Рамстед отверг данную теорию, склоняясь к тому, что к алтайской языковой семье относится корейский язык. Позже в 1971 году, книга Р. Э. Миллера: «японский и другие алтайские языки» [4] убедила большинство людей, что японский язык всё-таки относится к алтайской языковой семье. Далее, касательно данного вопроса, положение было неоднозначным, были, как, доводы «за», так и «против». Ясность внесла работа: «Алтайская проблема и происхождение японского языка» С. А. Старостина [5], известного российского лингвиста. В своей работе Старостин привёл убедительное доказательство принадлежности японского языка к алтайской языковой семье.

Сравнительно-историческое исследование японского языка, помогло прийти к выводу, что, изучая отдаленные генетические связи, необходимо сравнивать праформы современных языков. На данный момент имеется в наличии более шестисот японо-алтайских параллелей, позволяющих говорить о том, что японский язык является родственником алтайскому. В алтайской языковой семье японский наиболее тесно связан с корейским языком, вместе с которым у него есть определенные сходства [2].

Кроме алтайской лексики в японском языке представлены и отдельные слова из австронезийских языков. Японо-австронезийских схожестей меньше, если сравнивать с японо-алтайскими, и они редко встречаются среди слоев, обозначающих жизненно важные, первичные понятия. В тоже время, система вежливости, характерная для японского языка и отсутствующая во всех алтайских языках, кроме корейского, представляет собой австронезийскую черту японского языка.

Таким образом, японский язык формировался на базе двух языков - алтайского и австронезийского, алтайский, при этом, выступает в качестве основного. В Республике Алтай (Южный Алтай) официальные языки это алтайский и русский.

Дополнительно люди изучают, владеют такими языками как: английский, немецкий, казахский и другие.

В Алтайском крае (Северный Алтай) официальный язык - русский. Барнаул – столица алтайского края, на предмет языкового ландшафта может быть рассмотрен в качестве примера. использования русского языка. Тем не менее, названия некоторых улиц, или правила поведения в автобусах, названия ресторанов и кафе можно увидеть на английском и немецком языках. Больше всего языков в Барнауле можно встретить в сетях быстрого питания, например, в Макдоналдсе, ранее, электронный заказ можно сделать, кроме русского, на английском, немецком и китайском языках. Сейчас, вместо немецкого языка, добавили Узбекский, Таджикский и Киргизский.

Рассматривая Барнаул, и Алтайский край в целом, в качестве ментального ландшафта, местные жители несколько ограничены в познании иных языков, в связи с тем, что на данной территории не располагаются учебные заведения, позволяющие изучать разнообразие восточных языков, а также алтайских. Таким образом, на территории Алтая распространен в большей степени русский язык. В высших учебных заведениях предложены для изучения английский, немецкий, французский и китайский языки.

Изучение языков, входящих в алтайскую языковую семью, в частности - корейский и японский, становится возможным и все более востребованным.

Библиографический список

1. Бурлак С. А., Старостин С. А. Сравнительно-историческое языкознание. Москва, Academia, 2005 г. – 187 с.
2. Вовин А. В. Происхождение японского языка и японского народа [Электронный ресурс] – URL: <http://nippon-history.ru>
3. Дыбо А. В. Новое в европейской алтаистике [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru>
4. Рой Эндрю Миллер. Японский и другие алтайские языки, 1971. – 342 с.
5. Старостин С. А. Алтайская проблема и происхождение японского языка. – М.: Наука, 1991. – 190 с.
6. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцева. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.

Skorynina Kristina
Center for teaching Eastern and European Languages ELITES
Russia, Barnaul

INTERACTION OF MENTAL AND LINGUISTIC LANDSCAPES

Annotation. Studies of the Japanese language are numerous. In modern linguistic, linguistic realities, there are certain distinctive signs of the Japanese language belonging to the linguistic and mental landscape of Altai languages, which allows us to bring the study of the Japanese language to a new level for a more detailed linguistic, cultural, social plateau. This comparative approach opens up new possibilities for presenting the Japanese language as a part of the family of Altai languages.

Key words: mental, linguistic landscape, Japanese language, Altai languages, macro-language family.

Научный руководитель – канд. филол. наук, директор Центра обучения Европейских и Восточных языков Татьяна Юрьевна Авдеева

Балыкова Екатерина

Центр обучения Восточных и Европейских языков ЭЛИТ

Россия, Барнаул

РОЛЬ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ ЯПОНСКОГО ЯЗЫКА)

Аннотация. Технологии играют важную роль в современном мире. Использование различных типов технологий (например, Skype, iBook, Facebook, Wiki, форумы, блоги и т.д.) в языковых программах является неотъемлемой частью коммуникации, обучения, а их применение становится все более популярным, что подтверждается множеством исследований о том, как современные возможности можно использовать для эффективного изучения, сопоставления, анализа языков.

Ключевые слова: языковые программы, технологии, трансформации языка

요약. 기술은 오늘날의 세계에서 중요한 역할을 합니다. 언어 프로그램에서 다양한 유형의 기술 (예: 스카이프, iBook, Facebook, Wiki, 포럼, 블로그 등) 을 사용하는 것은 커뮤니케이션, 교육의 핵심 부분이며 많은 사람들이 확인한 바와 같이 현대적인 기회를 사용하여 언어를 효과적으로 연구하고 분석합니다.

В современной науке в качестве алгоритма построения теории, анализа, структуры языка выступают различные типы технологий (например, Skype, iBook, Facebook, Wiki, форумы, блоги и т.д.), внедренные в языковые программы. Тем не менее, было проведено не так много исследований для изучения потенциального использования технологии обработки естественного языка (Natural language processing, NLP) и технологии машинного перевода (МП). И НЛП, и МП предназначены для работы с человеческими языками, и они занимаются различными типами лингвистики или проблемами перевода человеческих языков [1, с. 87]. Для учителей иностранных языков естественно рассматривать возможность использования этих технологий для обучения языкам.

НЛП - это технология, работающая с естественными человеческими языками. Существуют разные типы технологий НЛП. Например, НЛП можно использовать для синтаксического анализа предложения, чтобы мы могли автоматически получить базовую синтаксическую структуру данного предложения [2, с. 101].

НЛП играет решающую роль в облегчении взаимодействия между людьми и компьютером, и это повсюду, если смотреть на нашу повседневную жизнь. Возьмем, поисковые системы (например, Google). Когда мы отправляем запрос в поисковую систему (какой бы она ни была), она возвращает наиболее релевантные страницы с миллионов веб-сайтов на основе заданного запроса. Кроме того, поисковая машина может ранжировать эти страницы (называемые «PageRank») на основе различных критериев. Как можно правильно провести такое ранжирование за такой короткий период времени [6].

Еще один пример технологии НЛП, который можно найти в нашей повседневной жизни, - это программа проверки орфографии или грамматики. Речь также является частью НЛП. Например, технологии распознавания речи или преобразования текста в речь широко используются в наших мобильных приложениях или навигационных системах.

Анализ настроений предназначен для понимания «эмоционального отношения» пользователей (например, положительного, отрицательного и т.д.) И использует так называемые методы «машинного обучения». Не вдаваясь в технические подробности, эта технология, к примеру, позволяет владельцам крупной автомобильной компании проанализировать, какие автомобили имеют положительные или отрицательные отзывы на основе блогов пользователей или отзывов в Интернете. Теоретически, они могут прочитать каждый из комментариев пользователей и соответствующим образом классифицировать их комментарии, чтобы определить, какие автомобили имеют положительные или отрицательные отзывы. Технология анализа настроений может мгновенно решить эту задачу самостоятельно, и многие компании используют эту технологию для анализа отзывов своих клиентов.

Упомянутые выше приложения - это лишь небольшой набор примеров, в которых задействована технология НЛП. НЛП присутствует повсюду в нашей повседневной жизни и играет важную роль в облегчении взаимодействия и коммуникации между людьми и компьютером.

Языковой перевод - нетривиальная задача для компьютера, и сам МП использует различные типы технологий НЛП. МП поднимает множество интригующих вопросов, связанных с лингвистикой или овладением языком, например, следующие:

- «Как компьютер может изучить отображение двух человеческих языков?»
- «Как компьютер может понять разницу в порядке слов между такими языками, как русский и японский?»
- «Понимает ли компьютер значение предложения на одном языке и затем переводит его на другой язык?»
- «Способ, которым машина изучает язык, такой же, как у человека?»

Есть несколько причин, по которым так сложно заниматься МП.

Во-первых, человеческие языки отличаются друг от друга. Машина ничего не знает о синтаксисе или семантике человеческих языков. Тем не менее, ей нужно изучить всевозможные лексические сопоставления между двумя языками, чтобы переводить с одного языка на другой. В то же время для успешного языкового перевода машина должна запоминать различия в порядке слов, словоизменении, числовых, гендерных соглашениях между двумя языками [3, с. 98]. Это совсем нетривиальная задача даже для человека.

Во-вторых, человеческие языки неоднозначны. Одно и то же слово на одном языке иногда может быть переведено на разные слова на другом языке, в зависимости от данного контекста. Например, возьмем случай перевода русского слова «клетка» на японский язык. Это слово можно перевести как биологическая «клетка» (細胞); или как тюремная «клетка» (牢屋); или даже как «клетчатый узор» (市松模様). Выбор таких переводов полностью зависит от контекста. Таким образом, чтобы машина могла правильно переводить человеческие языки, она должна правильно понимать контекст и на основе этого контекста выбирать соответствующий перевод.

В-третьих, в человеческих языках много идиоматических или стандартных фраз, и машина не умеет обрабатывать такие фразы. Например, перевод простого предложения «Как дела?» на японский язык (т. е. お元氣ですか) довольно сложно; если машина попытается выполнить перевод слово в слово, она немедленно потерпит неудачу.

Однако, существующие бесплатные системы машинного перевода (веб-сайты), такие как Google Translate или Bing Translator, вполне справляются с задачей перевода [4, с. 206]. Более того, эти системы машинного перевода могут переводить множество языков.

Чтобы ответить на этот вопрос, сначала необходимо обратиться к истории МП. Первоначально МП был разработан на основе правил, закодированных вручную человеком. Такая система МП называется «МП на основе правил». Однако МП на основе правил имеет несколько ограничений с точки зрения масштабируемости; то есть, поскольку создание одной системы машинного перевода на основе правил требует огромного количества времени и человеческих ресурсов, ее будет сложно масштабировать до многих языков. Эта проблема

масштабируемости вынудила отрасль машинного перевода перейти от подхода, основанного на правилах, к статистическому.

Статистический подход позволяет машине изучать все виды сопоставлений вместе с их вероятностями путем подачи большого количества двуязычных параллельных данных корпуса (対訳コーパスデータ). Располагая миллионами двуязычных данных, сегодня машина может статистически вычислить наиболее вероятный перевод на целевой язык при вводе данных на исходном языке [5, с. 11].

Лингвистические технологии открыли новые перспективы для поступательного развития современного общества. Благодаря новейшим технологиям человечество смогло быстро и эффективно сохранять, распространять и использовать информацию. Информация как ценность становится одним из регуляторов, влияющих на социокультурные изменения в обществе.

Рассматривая эти технологии, возможно, возникает новый вопрос: в какой степени можно оценить влияние технологий на развитие языка и грамотности, если все еще используются традиционные концепции общения и изучения языков? Традиционные концепции, возможно, больше не применимы в новую эру, когда люди могут мгновенно общаться, находясь в разных концах мира. Таким образом, мы должны интегрировать технологии в языковые учебные программы.

Библиографический список

1. Хохлова Ю.Е. Глоссарий по информационному обществу. М.: Ин-т развития информационного общества, 2009. – 389 с.
 2. Хроленко А.Т. Основы современной филологии: учеб. пособие. М.: ФЛИНТА, 2013. – 256 с.
 3. Amazon Prime The Screenwriter's Bible. 6th Edition: A Complete Guide to Writing, Formatting, and Selling Your Script. URL: <https://www.amazon.com/Screenwriters-Bible-6th-Complete-Formatting/dp/1935247107>
 4. Горный Е.Н. Интернет и филология. Электронный ресурс журнала «РЖ». [Электронный ресурс] – URL: http://old.russ.ru/netcult/20001201_gorny.html
 5. Вигурский К.В. Филология и современные информационные технологии. [Электронный ресурс] – URL: <http://feb-web.ru/feben/feb/media/philo-info.htm>
- Web sites:**
6. <http://searchenginewatch.com/article/2064539/How-Search-Engines-Rank-Web-Pages>

Balykova Ekaterina

Center for teaching Eastern and European Languages ELITES
Russia, Barnaul

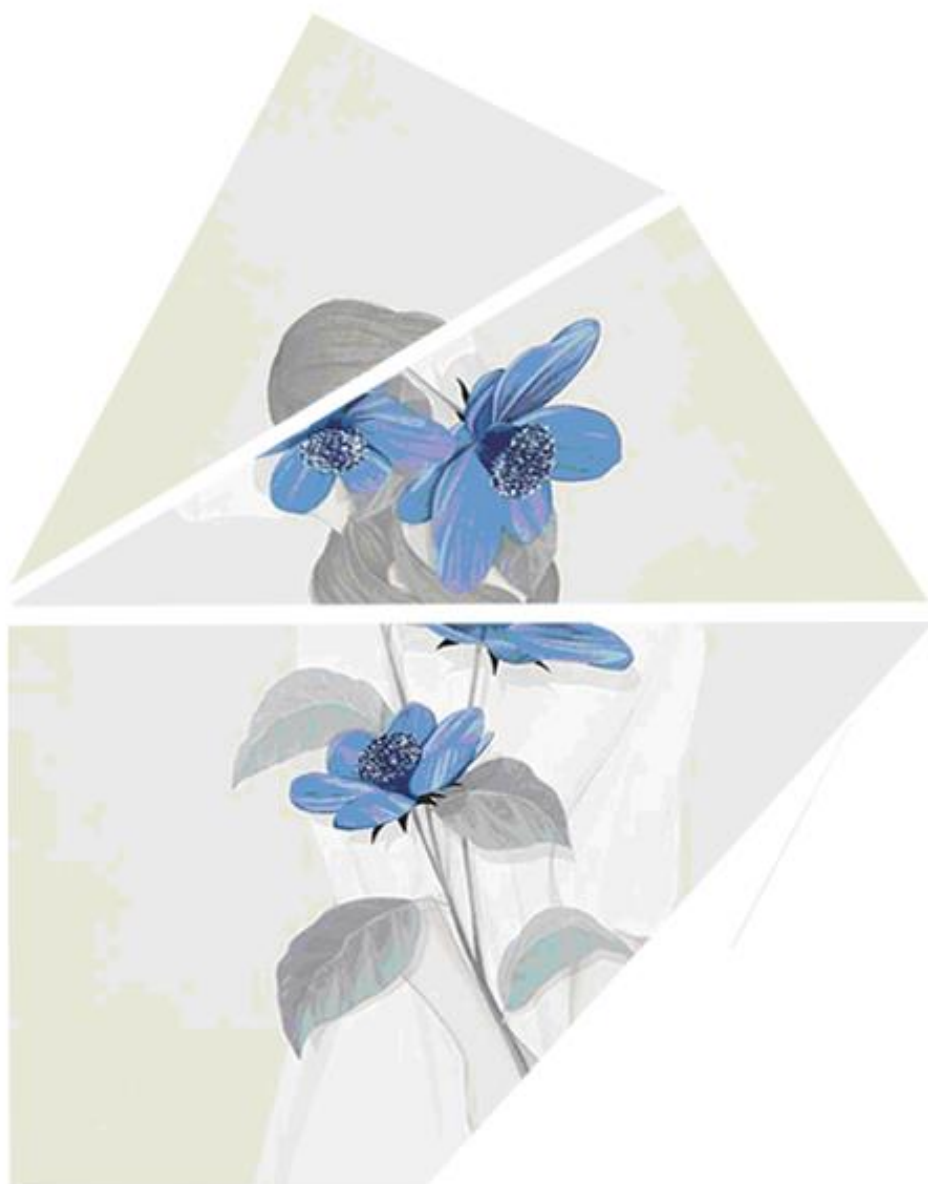
THE ROLE OF LINGUISTIC TECHNOLOGIES IN MODERN SOCIETY

Annotation. Technology plays an important role in today's world. The use of various types of technologies (for example, Skype, iBook, Facebook, Wiki, forums, blogs, etc.) in language programs is an integral part of communication, training, and their use is becoming more popular, as confirmed by many studies on how modern opportunities can be used to effectively study, compare, analyze languages.

Keywords: language programs, technologies, language transformations.

Научный руководитель – канд. филол. наук, директор Центра обучения Европейских и Восточных языков Татьяна Юрьевна Авдеева.

**В
Ы
С
Т
А
В
О
Ч
Н
Ы
Й
З
А
Л
Т
С**



10 ноября 2020 были подведены итоги конкурса фотографических работ «Гляжусь в тебя, мой Барнаул», который проводился в рамках Международной алтаеведческой ассамблеи «Алтай: Terra Scimus». Конкурс профессионального мастерства студентов кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью состоялся в год 290-летия города Барнаула. В своих фотоработах авторы, в соответствии с условиями конкурса, должны были запечатлеть особые мгновения-состояния «столицы мира», которые помогли бы раскрыть новые черточки характера Барнаула, показать его особые ракурсы. В состав жюри конкурса вошли:

Халина Наталья Васильевна, доктор филологических наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета, руководитель лаборатории "Центр языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга алтайско-азиатского фронта, председатель оргкомитета Международной научной алтаеведческой ассамблеи "Алтай: Terra scimus (Алтай: земля, которую мы познаем)

Мицумори Ю, представитель 国際交流基金 "Japan Foundation" (Япония)

Авдеева Татьяна Юрьевна, кандидат филологических наук, директор Центра обучения Восточных и Европейских языков ЭЛИТ, зам. руководителя лаборатории "Центр языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга алтайско-азиатского фронта, заместитель председателя оргкомитета Международной научной алтаеведческой ассамблеи "Алтай: Terra scimus (Алтай: земля, которую мы познаем)

Аникин Денис Владимирович, кандидат филологических наук, доцент кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета, руководитель информационного управления лаборатории "Центр языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга алтайско-азиатского фронта, член оргкомитета Международной научной алтаеведческой ассамблеи "Алтай: Terra scimus (Алтай: земля, которую мы познаем)

Жеребненко Анна Вячеславовна, старший преподаватель кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью, научный сотрудник лаборатории "Центр языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга алтайско-азиатского фронта, ученый секретарь Международной научной алтаеведческой ассамблеи "Алтай: Terra scimus (Алтай: земля, которую мы познаем)

На первом этапе конкурса было отобрано 44 работы, соответствующих тематике конкурса и требованиям к качеству оформления работ.

На втором этапе необходимо было отобрать 10 лучших фоторабот, которые будут опубликованы в издании «Terra scimus» (Выпуск II). Жюри сочло возможным расширить список отбираемых работ до 12. Лучшие творческие решения представлены в фотоработах:

- Безукладниковой Анны («Сияние во тьме»)
- Дмитриевой Марии («Зеркало природы»)
- Евтушенко Марины («Последняя свежесть уходящего лета»)
- Кабацкой Анны («Витражи Барнаула»)
- Козыревой Анастасии («Мгновение истины»)
- Коротких Елизаветы («Заброшенное здание»)
- Махриной Ирины («Улица. Фонарь. Аптека»)
- Плаксиной Екатерины («Первый снег в Барнауле»)

Черданцевой Натальи («Мимолетность»)
Шевчуковой Полины («Тернистый путь к вершинам»)
Шабановой Елизаветы («Перспектива»)
Шарабаевой Ксении («NEOCITY»)

На третьем этапе были определены фотоработы, занявшие I, II и III место:

1. «Зеркало природы» (Мария Дмитриева)
2. «Последняя свежесть уходящего лета» (Марина Евтушенко)
3. «Витражи Барнаула» (Анна Кабацкая)

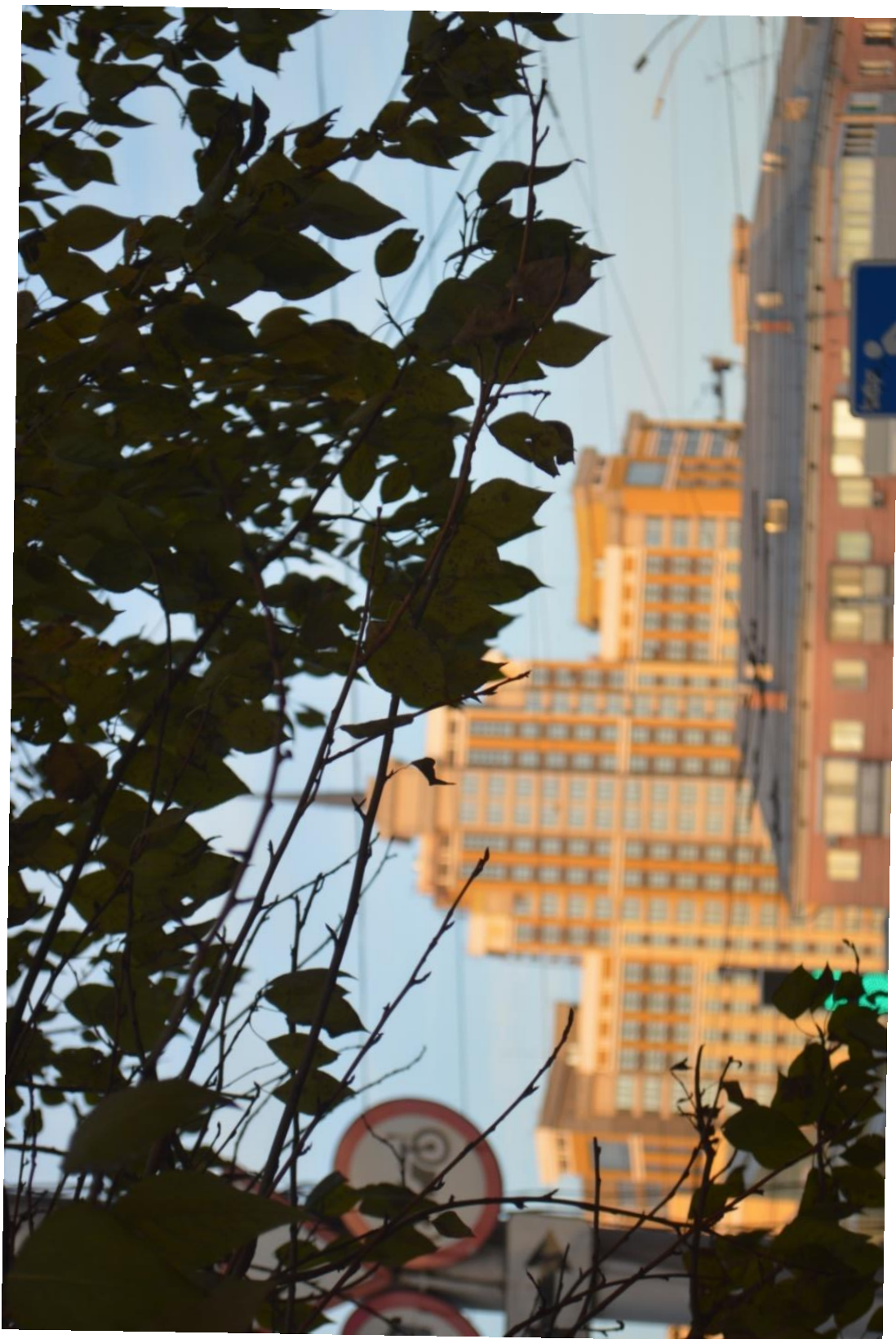
На завершающем этапе определилось работа-победитель:

«Мгновение истины» Анастасии Козыревой.

Приз зрительских симпатий получили работы Марины Евдокименко.

Оргкомитет Международной алтаеведческой ассамблеи «Алтай: Terra Scimus» и жюри Международного конкурса фотографических работ «Гляжусь в тебя, мой Барнаул» поздравил победителей, поблагодарил всех участников конкурса и желал всем новых побед и достижений в профессиональном творческом труде!

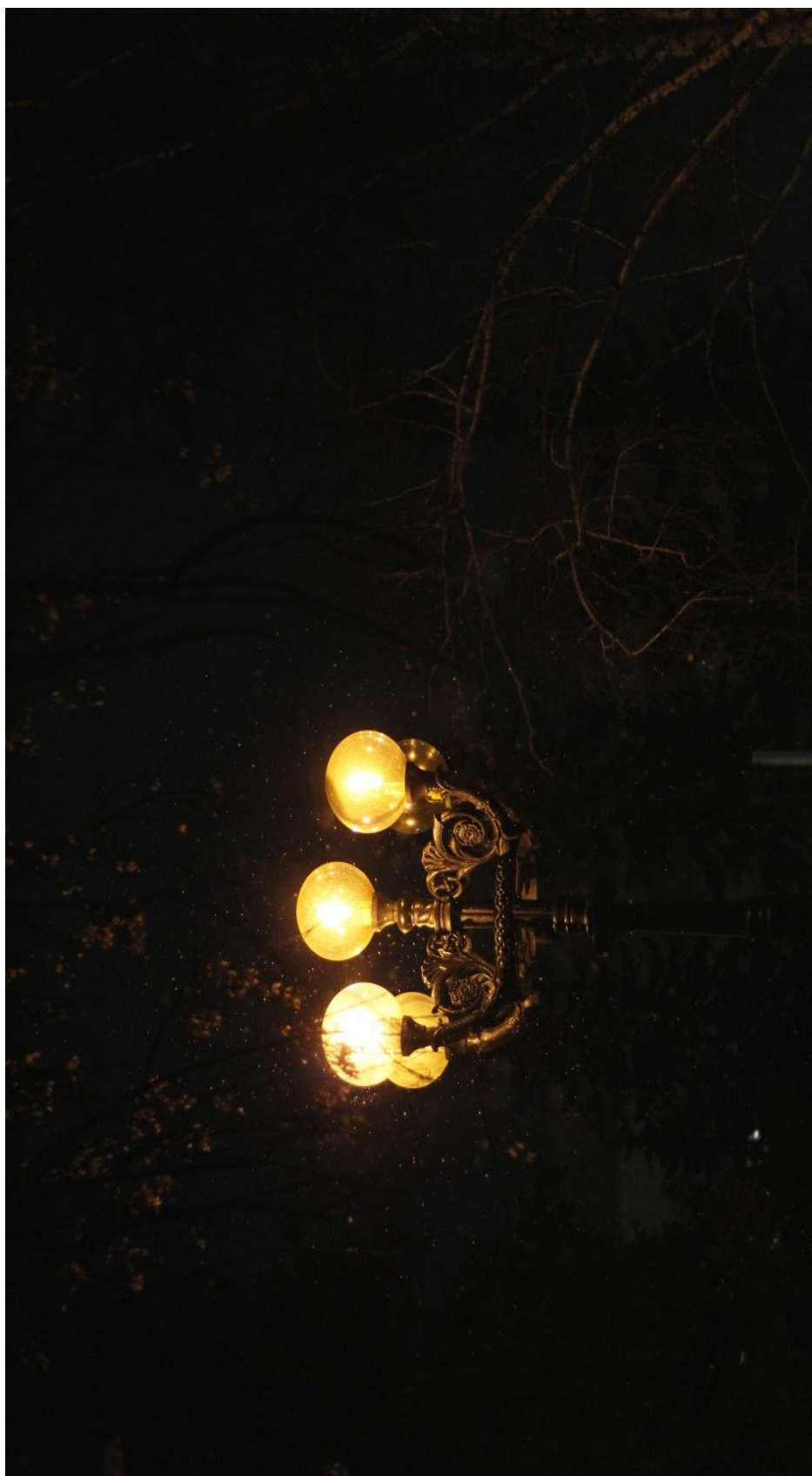




Марина Евтушенко Последняя свежесть уходящего лета













Елизавета Коротких Заброшенное здание





Полина Шевчукова Тернистый путь к вершинам



Екатерина Плаксина Первый снег в Барнауле



Елизавета Шабанова Перспектива



Мария Дмитриева Зеркало природы

