

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

## **Terra scimus**

Выпуск X

*Коллекция материалов Международного научного симпозиума  
«Terra scimus. Языковой менеджмент и коммуникационный  
маркетинг в формировании профессиональных компетенций  
PR и медиаспециалистов»  
(29-31 марта 2023 года, Барнаул, Россия)*



Барнаул

---

Издательство  
Алтайского государственного  
университета  
2023

УДК 070.1(0.63)

ББК 76.0 я431

Т 37

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: В.С. Белоусова, канд. филол. наук

Редакционная коллегия:

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

Авдеева Т.Ю., канд. филол. наук, директор Центра обучения Европейских и Восточных языков  
Elite, эксперт ЕГЭ по испанскому языку в Алтайском крае (зам. главного редактора) (Россия).

Мицумори Ю., представитель Japan Foundation (Япония).

Мансков С.А. Председатель Алтайского отделения Российского общества «Знание», консультант-  
эксперт по вопросам образования и культуры Общественной палаты Алтайского края,

канд. филол. наук, доцент, директор детского технопарка «Кванториум 22»

Зикратов В.В., канд. пед. наук, доцент кафедры русского языка Самаркандского государственного  
университета им. Шарофа Рашидова (Узбекистан)

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 НИУ МЭИ (Россия).

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

Т 37

*Terra scimus*: сборник материалов Международного научного симпозиума «*Terra scimus*.

Языковой менеджмент и коммуникационный маркетинг в формировании профессиональных  
компетенций PR и медиаспециалистов», проведенного при поддержке Россотрудничества и  
Самаркандского государственного университета им. Шарофа Рашидова / под ред. Н.В. Халиной;  
Министерство науки и высшего образования РФ, Алтайский государственный университет. –  
Вып. X – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, – 214 с.

ISBN 978-5-7904-2762-6

В X выпуске «*Terra scimus*» опубликованы статьи по итогам проведения Международного научного симпозиума «*Terra scimus*. Языковой менеджмент и коммуникационный маркетинг в формировании профессиональных компетенции PR и медиаспециалистов». В представленной коллекции исследований создана особая форма интеллектуальной солидарности – транснациональный метанарратив – для конструирования общего значения и понимания культурных, социальных и научных событий контактирующих территорий и разработки плана действий в настоящем и будущем.

УДК 800(063)

ББК 81.002я43

ISBN 978-5-7904-276

© Коллектив авторов, 2023

© Оформление. Издательство

Алтайского

государственного университета,

2022

UDC 070.1(0.63)

BBK 76.0 ya431

T 37

Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation  
Altai State University  
Center for Language Management and Communication Marketing IGN  
Center for Teaching Eastern and European Languages to ELITES Institute of Humanities  
Department of Media Communications, Advertising Technologies and Public Relations

## **Terra scimus**

Issue X

*Collection of materials of the International Scientific Symposium  
"Terra scimus. Language management and communication marketing in the  
formation of professional competencies of PR and media specialists"  
(March 29-31, 2023, Barnaul, Russia)*



Барнаул

---

Издательство  
Алтайского государственного  
университета  
2023

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

The issuing editor: V.S. Belousova, Candidate of Philology

University Editorial Board:

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

Avdeeva T.Yu., Candidate of Philology, Director of the Elite Center for Teaching European and Oriental Languages, exam expert in Spanish in the Altai Territory (Deputy Editor-in-Chief) (Russia).

Mitsumori Yu., representative of Japan Foundation (Japan).

Manskov S.A., Chairman of the Altai branch of the Russian Society "Knowledge", consultant-expert on education and culture of the Public Chamber of the Altai Territory, Candidate of Philology. Associate Professor, Director of the Children's Technopark "Quantorium 22"

Hirai Toshi, Head of the International Ballet School S&H, Tokyo (Japan).

Zikratov V.V., Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Russian Language Department of the Sharof Rashidov Samarkand State University (Uzbekistan)

Lee Seong Wan, lecturer at the Korean Religious University (South Korea).

Chang Kyongjun, lecturer at the Korean Religious University (South Korea).

Pivkina N.N., Candidate of Philology, Associate Professor of the NRU MEI (Russia).

Valulina E.V., Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Media Communications, Advertising Technologies and Public Relations of Altai State University (Russia)

T 37

Terra scimus: collection of materials of the International Scientific Symposium "Terra scimus.

Language management and communication marketing in the formation of professional competencies of PR and media specialists", conducted with the support of Rossotrudnichestvo and Sharof Rashidov Samarkand State University / edited by N.V. Khalina ; Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, Altai State University. – Vol. X – Barnaul : Publishing house of Alt. un-ta, – 214 p. ISBN 978-5-7904-2762-6

In the X issue of 'Terra scimus' published articles on the results of the International Scientific Symposium "Terra scimus. Language management and communication marketing in the formation of professional competencies of PR and media specialists". In the presented collection of studies, a special form of intellectual solidarity has been created – a transnational meta-narrative - to construct a common meaning and understanding of cultural, social and scientific events of contact territories and to develop a plan of action in the present and future.

UDC 800(063)

**BBK 81.002ya43**

ISBN 978-5-7904-2762-6

© Collective of Authors,

**2023**

© Design. Altai State University Publishing House, 2023



# СОДЕРЖАНИЕ

**Предисловие ----- 12**

**Раздел I. ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ PR-МЕНЕДЖЕРА И МЕНЕДЖЕРА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ ---- 17**

Быкова С.А. ВЕДУЩИЕ ЯПОНСКИЕ ГАЗЕТЫ: ИСТОРИЯ И СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ----- 18

Маматова А.Я. АНАЛИТИКА В ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯХ УЗБЕКИСТАНА: НА ПУТИ К КАЧЕСТВУ----- 22

Ковалева А.В., Явинская Ю.В. МЕДИЙНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОЕКТА «ТЮРКСКИЙ МИР БОЛЬШОГО АЛТАЯ: ЕДИНСТВО И МНОГООБРАЗИЕ В ИСТОРИИ И СОВРЕМЕННОСТИ» ----- 25

Темиргазина З.К., Абуова А. Б. ОБУЧЕНИЕ НАУЧНОМУ СТИЛЮ В КАЗАХСКИХ ШКОЛАХ КАК КОМПОНЕНТ КАЧЕСТВЕННОГО ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ----- 32

Лукашевич Е.В. В ПОИСКАХ ЯЗЫКОВОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИЯН: МЕДИАДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ СОВРЕМЕННОСТИ ----- 36

Кинцель А.В. ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН НА ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫХ ФАКУЛЬТЕТАХ (ОТДЕЛЕНИЯХ) РОССИЙСКИХ ВУЗОВ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ И ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ (НЕЙРОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ) АСПЕКТЫ----- 41

Avdeeva T. LA FORMATION DES COMPÉTENCES HUMAINES DANS LE PROCESSUS D'APPRENTISSAGE DES LANGUES ÉTRANGÈRES ----- 45

Халина Н.В. ТРАНСАФРОАЗИАТСКИЙ МЕДИА ГАЙД: ЯЗЫКОВОЙ И МЕДИЙНЫЙ КОЛОРИТ АФРОАЗИАТСКОГО МИРА ----- 50

**Раздел II. МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ЯЗЫКОВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СРЕДАХ КОНТАКТИРОВАНИЯ КУЛЬТУР ----- 56**

Херай В. М. МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ ---- 57

Ткебучава И.Г., Джумаева З. С. кизи УЗБЕКСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ УЗБЕКИСТАНА РАЗНЫХ ПЕРИОДОВ ----- 61

Абдусаломова В.Р. ПЕРЕВОД РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ НА УЗБЕКСКИЙ ЯЗЫК ----- 64

Усманова С.Ю., Мирзаева Ш. Р. ЯВЛЕНИЕ МНОГОЗНАЧНОСТИ В РУССКОМ И УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКАХ ----- 67

Жайлаубаева Г. К. ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ УЧИТЕЛЯ РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЗНАНИЯ ----- 71

Шукурова Ш. М. ТРУДНОСТИ ОВЛАДЕНИЯ МЛАДШИМИ ШКОЛЬНИКАМИ ФОНЕТИЧЕСКОЙ СИСТЕМОЙ РУССКОГО ЯЗЫКА И СПОСОБЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ ----- 75

### **Раздел III. КУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ, КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ, ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАССМОТРЕНИЯ --- 78**

Турсунова Ш. Н. РОЛЬ КУЛЬТУРНОГО КАПИТАЛА В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ ----- 79

Хэ Ицун УКРЕПЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО И КУЛЬТУРНОГО КАПИТАЛА В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ С ПОМОЩЬЮ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ 82

Шелкова С. В. ЯЗЫК КАК ОТРАЖЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО И КУЛЬТУРНОГО КАПИТАЛА В ЭПОХУ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ В АНГЛИИ ----- 85

Москаленко М.Р. ВОПРОСЫ ИЗУЧЕНИЯ СО СТУДЕНТАМИ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ ОБЩЕСТВА В КОНТЕКСТЕ КОНТАКТИРОВАНИЯ РАЗЛИЧНЫХ КУЛЬТУР ----- 89

Злобина Ю. И., Сорокина М. О. ТЮРКСКИЕ ЛЕКЕМЫ: КОНТЕКСТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГРУППЫ «ТЕРМИНЫ КОНФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ» (по материалам эпистолярного наследия Алтайской духовной миссии середины XIX – НАЧАЛА XX веков) ----- 93

### **Раздел IV. ПОЭТИКА КРОСС-КУЛЬТУРНЫХ ПЕРЕМЕЩЕНИЙ: ФОРМИРОВАНИЕ КОГНИЦИИ, ОТВЕЧАЮЩЕЙ «ЗАПРОСАМ» СРЕДЫ КОММУНИКАЦИИ ----- 98**

Климова Т.А. КУЛЬТУРНАЯ МАРГИНАЛЬНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЗДАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА ----- 99

Боржиков Т., Ельченинова О.А. РОЛЬ ИГРОВОГО РЕЖИМА ROLE-PLAY В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА ----- 104

Го Цзюаньцзюань ФОЛЬКЛОРИРОВАННОСТЬ СТИХОТВОРЕНИЯ Г.Р. ДЕРЖАВИНА «ПЧЁЛКА» ----- 109

Ачилова Д. О. ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ОНИМНЫМ КОМПОНЕНТОМ В ПОЧЕРКЕ А.С. ПУШКИНА ----- 112

Ван Ифань ФУНКЦИИ МЕТАФОРЫ В РОМАНЕ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО «БРАТЬЯ КАРАМАЗОВЫ» И СПОСОБЫ ЕЕ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ В ОБРАЗНУЮ КАРТИНУ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ ----- 116

Pivkina N. COGNITIVE METAPHOR AS A PHENOMENON OF LINGUISTIC EXISTENCE IN THE ALTAI DISCOURSE ----- 120

**Раздел V. ТЕХНОЛОГИИ ОСВОЕНИЯ ПОЛИКОНТАКТНЫХ СРЕД КОММУНИКАЦИИ: СОЧЕТАНИЕ ЯЗЫКОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА И КРОСС-КУЛЬТУРНОГО МАРКЕТИНГА ----- 123**

Лещинский Томаш, Крохина Аделина РОЛЬ МЕДИА ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ ----- 124

Гечану Марина ТЕХНОЛОГИЯ ЯЗЫКОВОГО ПОГРУЖЕНИЯ В МЕТОДИКЕ ДОРОЖНОЙ КАРТЫ ПРИ ИЗУЧЕНИИ РКИ ----- 127

Крохина Аделина КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА НАУЧНОГО КОНТЕНТА ----- 130

Сюй Ин ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕДИА-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ЭФФЕКТА МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ----- 133

Имран Хуссейн ЛУЧШИЕ ОНЛАЙН-МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ ----- 136

Цзань Сыминь ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ НА АКТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ В РУССКОЙ ЛЕКСИКЕ ----- 139

Ильясова Анжелика, Крохина Аделина ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ----- 142

Цю Юэ АНАЛИЗ ИНТЕГРАЦИИ И РАЗВИТИЯ КАНТОНСКОЙ КУЛЬТУРЫ В СОСЕДНИХ РАЙОНАХ ----- 145

Го Ифань ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КАЧЕСТВЕННЫХ ИМЁН ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ ----- 149

Остапченко Анастасия ОРНИТОНИМЫ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ----- 153

Ли Юйчжэнь ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ОБОЗНАЧЕНИЯ ТОПОНИМОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ ----- 156

Ким Джихван ПИСЬМЕННАЯ РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В УРБАНИСТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ ----- 159

Яо Синьчао РУССКИЙ МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ: ИНОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ ----- 162

**Раздел VI. АФРОАЗИАЛТАЙСКИЙ КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И КОММУНИКАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ ----- 165**

---

Ли Чжэн РОЛЬ МЕТАФОРЫ В РАЗВИТИИ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ КИТАЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ -----	166
Чжун Цзэбинь ИННОВАЦИОННЫЙ КОММУНИКАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ В РОССИИ -----	172
Ван Цююй РОЛЬ КИТАЙСКИХ ЖУРНАЛИСТОВ ЗА РУБЕЖОМ В КОНТЕКСТЕ МЕДИАДИПЛОМАТИИ -----	177
Грачева Анна, Белинская Диана, Медведева Екатерина КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ЭЛЕМЕНТ КРОСС-КУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ (по итогам подготовки круглого стола «АФРИКА-АЗИЯ-АЛТАЙ [А <sup>3</sup> ]» в рамках Международного научного симпозиума «Terra scimus. Языковой менеджмент и коммуникационный маркетинг в формировании профессиональных компетенций PR и медиаспециалистов») -----	181
Гуляева Екатерина, Щукин Константин, Тютеньков Сергей EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ КРОСС-КУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ (по итогам подготовки и проведения круглого стола «АФРИКА-АЗИЯ-АЛТАЙ [А <sup>3</sup> ]» в рамках Международного научного симпозиума «Terra scimus. Языковой менеджмент и коммуникационный маркетинг в формировании профессиональных компетенций PR и медиаспециалистов») -----	194
Топалова Веселина ПРИСУТСТВИЕ АФРИКАНСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ В ГЛОБАЛЬНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ: САЙТЫ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ -----	202
Вершинина Екатерина КРОСС-КУЛЬТУРНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ АФРОАЗИАТСКОГО И АЛТАЙСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА: ПЕРСПЕКТИВЫ «ЗЕРНОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»-----	208

**CONTENT****Section I. FORMATION OF COMMON PROFESSIONAL COMPETENCIES OF A PR MANAGER AND A MEDIA COMMUNICATIONS MANAGER -----17**

Stella A. Bykova. MAIN NEWSPAPERS OF JAPAN: HISTORY AND STYLISTIC FEATURES OF TEXTS-----18

Yakutkhon M.Mamatova ANALYTICS IN THE INTERNET EDITIONS OF UZBEKISTAN: ON THE WAY TO QUALITY----- 22

Alla V. Kovaleva, Yulia V. Yavinskaya MEDIA PROMOTION OF THE PROJECT "THE TURKIC WORLD OF THE GREATER ALTAI: UNITY AND DIVERSITY IN HISTORY AND MODERNITY" ----- 25

Zifa K. Temirgazina, Aigul B. Abuova TEACHING SCIENTIFIC STYLE IN KAZAKH SCHOOLS AS A COMPONENT OF HIGH-QUALITY LINGUISTIC EDUCATION----- 32

Elena V. Lukashevich IN SEARCH OF THE LINGUISTIC IDENTITY OF RUSSIANS: MEDIA DISCURSIVE PRACTICES OF MODERNITY -----36

Alena V. Kinzel TRAINING OF FOREIGN CITIZENS AT PREPARATORY FACULTIES (DEPARTMENTS) OF RUSSIAN UNIVERSITIES: SOCIOCULTURAL AND LINGUOCOGNITIVE (NEURO-LINGUISTIC) ASPECTS----- 41

Tatyana Yu. Avdeeva LA FORMATION DES COMPÉTENCES HUMAINES DANS LE PROCESSUS D'APPRENTISSAGE DES LANGUES ÉTRANGÈRES ----- 45

Natalia V. Khalina TRANS-AFROASIATIC MEDIA GUIDE: LANGUAGE AND MEDIA COLORATION OF THE AFROASIATIC WORLD-----50

**Section II. MEDIA EDUCATION TECHNOLOGIES, LANGUAGE MANAGEMENT IN CULTURAL CONTACT ENVIRONMENTS ----- 56**

Valentina M. Khegay MEDIA EDUCATION TECHNOLOGIES IN HIGHER EDUCATION ----- 57

Irina G. Tkebuchava, Zarnigor S. kizi Dzhumaeva. UZBEK BORROWINGS IN THE RUSSIAN-LANGUAGE PRESS OF UZBEKISTAN IN DIFFERENT PERIODS -----61

Vazira R. Abdusalomova, FEATURES OF THE TRANSLATION OF RUSSIAN PHRASEOLOGICAL UNITS IN UZBEK ----- 64

Salikha Yu. Usmanova, Shakhlo R. Mirzaeva, THE PHENOMENON OF POLYSEMINATION IN THE RUSSIAN AND UZBEK LANGUAGES ----- 67

Gulzira K. Zhailaubaeva INNOVATIVE ACTIVITY OF A TEACHER OF RUSSIAN LANGUAGE AND LITERATURE IN ORDER TO IMPROVE THE QUALITY OF KNOWLEDGE ----- 71

Shakhrizoda M. Shukurova DIFFICULTIES IN MASTERING THE PHONETIC SYSTEM OF THE RUSSIAN LANGUAGE BY JUNIOR SCHOOLCHILDREN AND WAYS TO OVERCOME THEM -----75

**Section III. CULTURAL CAPITAL: FUNCTIONAL, CULTURAL-HISTORICAL, TERRITORIAL ASPECTS OF CONSIDERATION -----78**

Shakhnoza N. Tursunova THE ROLE OF CULTURAL CAPITAL IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES -----79

He Yicong STRENGTHENING HUMAN AND CULTURAL CAPITAL IN LEARNING FOREIGN LANGUAGES WITH THE HELP OF MODERN COMMUNICATION TECHNOLOGIES ----- 82

Svetlana V. Shelkova LANGUAGE AS A REFLECTION OF HUMAN AND CULTURAL CAPITAL IN THE ERA OF THE INDUSTRIAL REVOLUTION IN ENGLAND -----85

Maksim R. Moskalenko ISSUES OF STUDYING THE CULTURAL AND HISTORICAL MEMORY OF SOCIETY WITH STUDENTS IN THE CONTEXT OF CONTACTING DIFFERENT CULTURES ----- 89

Yulia I. Zlobina, Maria O. Sorokina LEXEMES OF TURKIC: CONTEXTUAL ANALYSIS OF THE GROUP «CONFESSIONAL TERMS» IN THE ALTAI SPIRITUAL MISSION'S TEXTS OF THE LATE 19TH -EARLY 20TH CENTURIES -----	93
--	----

#### **Section IV. POETICS OF CROSS-CULTURAL MOVEMENTS: FORMATION OF COGNITION THAT MEETS THE "NEEDS" OF THE COMMUNICATION ENVIRONMENT ----- 98**

Tatiana A. Klimova CULTURAL MARGINALITY AS A LITERARY-TEXT CREATION TOOL -----	99
Temirlan Borzhikov , Olga A. Yelcheninova THE ROLE OF THE ROLE-PLAY GAME MODE IN THE LIFE OF MODERN SOCIETY -----	104
Guo Juanjuan FOLKLORING OF A POEM G.R. DERZHAVIN «BEE» -----	109
Diana O. Achilova PHRASEOLOGICAL UNITS WITH AN ONYM COMPONENT IN THE HANDWRITING OF A.S. PUSHKIN -----	112
Wang Yifan THE FUNCTIONS OF METAPHOR IN F. M. DOSTOEVSKY'S NOVEL "THE BROTHERS KARAMAZOV" AND THE WAYS OF ITS TRANSLATION INTEGRATION INTO THE FIGURATIVE PICTURE OF CHINESE CULTURE -----	116
Nadezhda N. Pivkina COGNITIVE METAPHOR AS A PHENOMENON OF LINGUISTIC EXISTENCE IN THE ALTAI DISCOURSE -----	120

#### **Section V. TECHNOLOGIES FOR MASTERING MULTI-CONTACT COMMUNICATION MEDIA: A COMBINATION OF LANGUAGE MANAGEMENT AND CROSS-CULTURAL MARKETING --123**

Tomasz Leszczyński, Adeline V. Krokhina THE ROLE OF MEDIA TECHNOLOGIES IN THE PROCESS OF LEARNING FOREIGN LANGUAGES -----	124
Marina A. Gechanu TECHNOLOGY OF LINGUISTIC IMMERSION IN ROAD-MAP METHODIC IN STUDYING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE -----	127
Adeline V. Krokhina CROSS-CULTURAL TECHNOLOGIES FOR THE PRODUCTION OF SCIENTIFIC CONTENT -----	130
Ying Xu USING MEDIA TECHNOLOGY TO IMPROVE THE EFFECTIVENESS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION -----	133
Imran Hussain BETTER ONLINE METHODS OF LEARNING FOREIGN LANGUAGES -----	136
Symin Tzan THE IMPACT OF INTERNAL AND EXTERNAL FACTORS ON ACTIVE PROCESSES IN RUSSIAN LEXIS -----	139
Angelika Ilyasova, Adeline Krokhina FORMATION OF THE REGIONAL CULTURAL ENVIRONMENT-----	142
Yue Qiu ANALYSIS OF THE INTEGRATION AND DEVELOPMENT OF CANTONESE CULTURE IN NEIGHBORING AREAS -----	145
Ifan Go TYPOLOGICAL FEATURES OF RUSSIAN AND CHINESE ADJECTIVES -----	149
Anastasia D. Ostapchenko ORNITHONYMS IN RUSSIAN AND CHINESE: LINGUISTIC AND CULTUROLOGICAL RESEARCH -----	153
Uichzchan Li LINGUISTIC WAYS FOR DEFINING TOPONYMS IN RUSSIAN LANGUAGE -----	156
Jihwan Kim WRITING COMMUNICATION IN THE URBAN SPACE -----	159
Sinchao Yao RUSSIAN YOUTH SLANG: FOREIGN BORROWINGS -----	162

#### **Section VI. AFRO-ASIAN CROSS-CULTURAL MANAGEMENT AND COMMUNICATION MARKETING ----- 165**

Zheng Li THE ROLE OF METAPHOR IN THE DEVELOPMENT OF THE CONCEPTUAL SYSTEM OF THE CHINESE ECONOMY -----	166
--	-----

---

Zebing Chzhong INNOVATIVE COMMUNICATION MARKETING ON THE EXAMPLE OF THE ALTAI TERRITORY IN RUSSIA -----	172
Qiuy Wang THE ROLE OF CHINESE JOURNALISTS ABROAD IN THE CONTEXT OF MEDIA DIPLOMACY -----	177
Anna V. Gracheva, Diana K. Belinskaya, Ekaterina G, Medvedeva COMMUNICATION MANAGEMENT AS AN ELEMENT OF CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS (based on the results of the preparation of the round table "AFRICA-ASIA-ALTAI [A3]" within the framework of the International Scientific Symposium "Terra scimus. Language management and communication marketing in the formation of professional competencies of PR and media specialists") -----	181
Ekaterina A. Gulyaeva, Konstantin A. Shchukin, Sergey S.Tyutenkov EVENT MANAGEMENT IN THE SYSTEM OF CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS (based on the results of the preparation and holding of the round table "AFRICA-ASIA-ALTAI [A <sup>3</sup> ] " within the framework of the International Scientific Symposium "Terra scimus. Language management and communication marketing in the formation of professional competencies of PR and media specialists") -----	194
Veselina S. Topalova THE PRESENCE OF AFRICAN UNIVERSITIES IN THE GLOBAL INFORMATION SPACE. WEBSITES OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS -----	202
Ekaterina A. Vershinina CROSS-CULTURAL INTEGRATION OF THE AFRO-ASIAN AND ALTAI CONSUMER MARKET -----	208

## Предисловие

Современному человеку в повседневной реальности нужно определить как можно более четко контуры «своего мира», семантически контролируемого метаязыком<sup>1</sup>, по правилам менеджмента языкового взаимодействия приемлемым как для адресанта, так и адресата. В дискурсивно дифференцированном обществе от степени метаопределенности зависит степень адаптивности социального субъекта к обстоятельствам информационной жизни и коммуникативная пригодность. Коммуникативная пригодность определяется тем, где современный человек проводит границу (между смыслом жизни и смыслом как коннективностью, подсоединенностью к коммуникациям). Масштаб конструирования мира жизни из обстоятельств и «положений дел» определяется особенностями обмена человеческой деятельностью, ее продуктами, что, по утверждения Э. Дюркгейма, предполагает зависимость членов общества друг от друга – органическую солидарность.

Формы коллективного сознания – религия, мораль, право, язык задаются стремлением разума (*logisticephora*), которое истолковывается Платоном или как мнение (*doxa*), или как восприятие, поддающееся воздействию рассудка, или как мысль (*dianoia*), впадающая под влиянием рассуждения (*logos*) то в ложные, то в истинные представления. Чтобы помочь мысли (*dianoia*) следовать по пути продвижения к истинным, по разумению общества, представлениям, необходимо определить режим ее навигации соответственно масштабу мира, не противоречащему либо *logisticephora* ('стремления разума'), либо *doxa* ('мнение'), власти, т.е. режим управления общественным мнением.

---

<sup>1</sup> «Метаязык – это язык науки, служащий средством описания естественного языка. Метаязык – это система, включающая в свой состав общенаучную лексику и номенклатурные знаки. Но стержнем метаязыковой системы являются термины» [Сидельников В. П., Марченко Е. А. Некоторые особенности метаязыка современной лингвистики// Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского Серия «Филология. Социальные коммуникации» Том 27 (66). No 1. Ч.1 – С. 25-29]



XX век определил два типа подобного режима: public relations (время становления – 20-30 гг.) и knowledge management (время оформления – 90-ые гг.). Первый режим стал актуален накануне Великой депрессии – экономического кризиса индустриального общества; второй – более чем за десятилетие до глобального экономического кризиса начала третьего тысячелетия, продемонстрировавшего нестабильность находящегося в процессе становления информационного общества, общества, еще не определившегося со своими экономическими приоритетами и эксплуатирующего последний ресурс экономических теорий прошлого.

Управление общественным мнением (public relations) поддерживает бизнес функции человечества в течение практически столетия. Коллекцию материалов Международного научного симпозиума «Terra scimus. Языковой менеджмент и коммуникационный маркетинг в формировании профессиональных компетенций PR и медиаспециалистов» (29-31 марта 2023 года) можно рассматривать, с одной стороны, как исследование «рабочих» параметров этого конструктивистского института отношения, контролирующее-сужающее logistice rhoга и расширяющее сферу действия доха, с другой стороны, как выявление актуальных трендов развития профессиональных компетенции, равно значимых как для специалиста в области PR, так специалиста в области медиакоммуникации.

Медиатизации всех значимых сегментов дискурсивно дифференцированного общества обуславливает необходимость обновления, или прагматической трансформации, прежде полученного глобального опыта экзистенции и социального конструирования человечества<sup>2</sup>, которое можно

<sup>2</sup> В случае социального конструкта USA – подсоединение виртуальной реальности к структурному реализму, в случае СССР – виртуального реализма к повседневной реальности через систему языка, поддерживающего в течение более девяти-сот лет единство территории, национального духа и христианской аксиологии. В этих двух опытах коннективности – выработка и отбор технологий управления коммуникационным процессом истории и принятия решений, определяющих правила социального, не родо-племенного и общинного, существования человека двух типов – демократического (США) и «коммунного» (или социалистического) (СССР) [Халина Н. В., Внучкова Т. Н.,

осуществлять в нескольких направлениях: а) формирование общих профессиональных компетенций PR-менеджеров и менеджеров медиакоммуникаций (Раздел I. Формирование общих профессиональных компетенций PR-менеджера и менеджера медиакоммуникации); б) медиаобразовательный анализ сред контактирования культур (Раздел II. Медиаобразовательные технологии, языковой менеджмент в средах контактирования культур); в) изучение функциональных, культурно-исторических, территориальных аспектов культурного капитала (Раздел III. Культурный капитал: функциональные, культурно-исторические, территориальные аспекты рассмотрения); г) формирование когниции, отвечающей «запросам» среды коммуникации (Раздел IV. Поэтика кросс-культурных перемещений: формирование когниции, отвечающей «запросам» среды коммуникации); д) сочетание языкового менеджмента и кросс-культурного маркетинга при освоении поликонтактных сред коммуникации (Раздел V. Технологии освоения поликонтактных сред коммуникации: сочетание языкового менеджмента и кросс-культурного маркетинга); е) афроазиатский тренд кросс-культурного менеджмента и коммуникационного маркетинга (Раздел VI. Афроазиатский кросс-культурный менеджмент и коммуникационный маркетинг).

Совместный творческий проект «Terra scimus. Языковой менеджмент и коммуникационный маркетинг в формировании профессиональных компетенций PR и медиаспециалистов» позволил исследователям Болгарии, Индии, Казахстана, Китая, Польши, Узбекистана и России создать особую форму интеллектуальной солидарности – транснациональный метанарратив, – предназначенную для формирования общего значения, или общего понимания, культурных, социальных и научных событий, и разработки плана действий в настоящем и будущем. Публикуемые в X выпуске «Terra scimus» научные эссе в совокупности представляют эффективное повествование, в котором в единой сюжетной линии соеди-

Пушкарева И. А., Серова Е. В., Бунчук О. М., Хребтова Т. С., Столярова Н. Н., Злобина Ю. И. Коннективистика / Н. В. Халина, Т. Н. Внучкова, И. А. Пушкарева И. А., – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2011. – 273 с.]

няются действующие лица, события, сюжеты, время и обстановка транснационального научно-исследовательского дискурса начала 20-ых гг. нового третьего тысячелетия. Авторам исследований удалось выявить особенности конструирования общего значения ситуационно соотнесенных единиц и продемонстрировать синтез эnumerативной (популярной) и элиминативной (научной) индукции, наряду с дедукцией и обобщающей индукцией. Подобный синтез следует рассматривать в качестве методологической базы модели метанарративного рас-

суждения, являющегося когнитивным основанием трансфера смысла из одного концептуального пространства в другое, с последующим закреплением в последнем в виде понятийного претекста.

*Главный редактор  
Наталья Халина*

## Preface

A modern person in everyday reality needs to define as clearly as possible the contours of "his world", semantically controlled by a metalanguage<sup>3</sup>, according to the rules of language interaction management acceptable to both the addressee and the addressee. The degree of adaptability of a social subject to the circumstances of information life and communicative suitability in a discursively differentiated society depends on the degree of meta-determination. Communicative fitness is determined by where a modern person draws the line (between the meaning of life and meaning as connectivity, connectivity to communications). The scale of constructing the world of life from circumstances and "state of affairs" is determined by the peculiarities of the exchange of human activity, its products, which, according to E. Durkheim, implies the dependence of members of society on each other – organic solidarity.

The forms of collective consciousness – religion, morality, law, language - are set by the pursuit of the mind (logistica phora), which is interpreted by Plato either as an opinion (doxa), or as a perception amenable to the influence of reason, or as a thought (dianoia) falling under the influence of reasoning (logos) then in false, then in true representations [9]. In order to help the thought (dianoia) follow the path of progress to the true, according to the understanding of society, ideas, it is necessary to determine the mode of its navigation according to the scale of the world, which does not contradict either the pursuit of the mind (logistica phora), or doxa (opinion), the authorities, i.e. the mode of managing public opinion.

The twentieth century has defined two types of such a regime: public relations (formation time – 20-30 years) and knowledge management (time The first regime became relevant on the eve of the Great Depression – the economic crisis of the industrial society; the second - more than a decade before the global economic crisis of the beginning of the third millennium, which demonstrated the instability of the information society in the process of formation , a society that has not yet decided on its economic priorities and exploiting the last resource of economic theories of the past.

---

<sup>3</sup> "Metalanguage is the language of science, which serves as a means of describing natural language. A metalanguage is a system that includes general scientific vocabulary and nomenclature signs. But the core of the metalanguage system are the terms" [Sidelnikov V. P., Marchenko E. A. Some features of the metalanguage of modern linguistics// Scientific notes of the Tauride National University named after V.I. Vernadsky Series "Philology. Social Communications" Volume 27 (66). No. 1. Part 1 – pp. 25-29]

The management of public opinion (public relations) by industrial corporations, institutions, trade associations as a separate type of activity took shape in the early twentieth century in the USA. The Proceedings of the International Scientific Symposium "Terra scimus. Language Management and Communication Marketing in the Formation of Professional Competencies of PR and Media Professionals" (March 29-31, 2023) can be seen, on the one hand, as an examination of the "working" parameters of this constructivist institution of relations, logistic phora and expanding the scope of doxa, and, on the other hand, as an identification of current trends in the development of professional competencies equally important for PR and media communications professionals. The mediatization of all significant segments of a discursively differentiated society necessitates the renewal, or pragmatic transformation, of the previously acquired global experience of existence and the social construction of humanity<sup>4</sup>, which can be carried out in several directions: a) the formation of common professional competencies of PR managers and media communication managers (Section I. Formation of common professional competencies of a PR manager and a media communications manager); b) media educational analysis of cultural contact environments (Section II. Media educational technologies, language management in cultural contact environments); c) the study of functional, cultural-historical, territorial aspects of cultural capital (Section III. Cultural capital: functional, cultural-historical, territorial aspects of consideration); d) formation of cognition that meets the "needs" of the communication environment

---

<sup>4</sup> In the case of the USA social construct, it is the connection of virtual reality to structural realism, in the case of the USSR, virtual realism to everyday reality through a system of language that has supported the unity of territory, national spirit and Christian axiology for more than nine hundred years. In these two connectivity experiments, the development and selection of technologies for managing the communication process of history and decision-making that determine the rules of social, non-tribal and communal existence of two types of human beings – democratic (USA) and "communal" (or socialist) (USSR) [Khalina N. V., Vnuchkova T. N., Pushkareva I. A., Serova E. V., Bunchuk O. M., Hrebtova T. S., Stolyarova N. N., Zlobina Yu. I. *Connectivistics* / N. V. Khalina, T. N. Vnuchkova, I. A. Pushkareva I. A., – Barnaul: AltSTU Publishing House, 2011. – 273 p.]

(Section IV. Poetics of cross-cultural movements: formation of cognition that meets the "needs" of the communication environment); e) a combination of language management and cross-cultural marketing in the development of multi-contact means of communication (Section V. Technologies for the development of multi-contact communication media: a combination of language management and cross-cultural marketing); f) Afro-Asian trend of cross-cultural management and communication marketing (Section VI. Afro-Asian cross-cultural management and communication marketing).

Joint creative project "Terra scimus. Language management and communication marketing in the formation of professional competencies of PR and media specialists" allowed researchers from Bulgaria, India, Kazakhstan, China, Poland, Uzbekistan and Russia to create a special form of intellectual cooperation – a transnational meta-narrative - designed to create a common meaning, or common understanding, of cultural, social and scientific events and develop an action plan in the present and the future. The works presented in the X issue of *Terra scimus* collectively represent an effective narrative in which the actors, events, plots, time and situation of the transnational scientific research discourse of the early 20s of the new third millennium are combined in a single storyline. The authors of the research were able to identify the features of constructing the general meaning of situationally correlated units and demonstrate the synthesis of enumerative (popular) and eliminative (scientific) induction, along with deduction and generalizing induction of speakers. Such a synthesis should be considered as a methodological basis for the model of metanarrative reasoning, acting as a cognitive basis for the transfer of meaning from one conceptual space to another, with subsequent consolidation in the latter in the form of a conceptual pretext.

*The Chief Editor*  
*Natalia Khalina*

## Раздел I

---

### **ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩИХ ПРОФЕССИОНАЛЬ- НЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ PR-МЕНЕДЖЕРА И МЕ- НЕДЖЕРА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ**

### **Section I. FORMATION OF COMMON PROFES- SIONAL COMPETENCIES OF A PR MANAGER AND A MEDIA COMMUNICATIONS MANAGER**

С. А. Быкова  
Московский государственный университет  
имени М.В. Ломоносова  
Россия, Москва

## ВЕДУЩИЕ ЯПОНСКИЕ ГАЗЕТЫ: ИСТОРИЯ И СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ

**Аннотация.** В статье освещается краткая история ведущих газет Японии со времени появления первых газет после реставрации Мэйдзи (1868 г.), анализируются роль газет в современной Японии, содержание газетных полос и изменения в языке газетных статей в последние десятилетия.

**Ключевые слова:** СМИ, ведущие газеты, газетная полоса, стилистические особенности.

Stella A. Bykova  
Lomonosov Moscow State University  
Russia, Moscow

### MAIN NEWSPAPERS OF JAPAN: HISTORY AND STYLISTIC FEATURES OF TEXTS

**Annotation** This article describes a brief history of main newspapers in Japan since the Meiji Restoration (1868) and analyzes the role of newspapers in modern Japan, the content of newspaper pages and changes in the language of newspaper articles in recent years.

**Key words:** media, main newspapers, newspaper page, stylistic features.

Япония, как известно, является страной с чрезвычайно высоким уровнем развития СМИ, Интернета и многих новых видов коммуникации с применением самых передовых технологий. Не отрицая, несомненно, повсеместной распространённости новых, ультрасовременных медиа и технологий, в то же время следует отметить, что газеты, возможно, в меньшей степени, чем 15-20 лет назад, продолжают сохранять свою значимость и влияние на японское общество. Японцы ежедневно читают газеты, центральные и местные, используя при этом даже время поездки на работу. Влияние материала газетных статей на формирование общественного мнения по различным проблемам современного мира по-прежнему остаётся весьма ощутимым.

Первые газеты в Японии появились в конце феодального периода сёгуната Токугава незадолго до реставрации (революции) Мэйдзи 1868 г., после которой страна вступила на путь современного развития. Это были газеты на английском языке «Nagasaki Shipping List and Advice» и «Yokohama Japan Herald», впервые вышедшие в 1861 г. Газеты же на японском языке появились несколько позднее, после реставрации Мэйдзи. В наши дни в Японии существуют 103 газетных холдинга, выпускающих 117 газет, из которых пять считаются самыми крупными и издаются т.наз. «газеты всеяпонского масштаба». В эту пятёрку самых крупных газет входят «Ёмиури» (основана в 1874 г., ежедневный тираж составляет 6 млн. 630 тысяч экземпляров), «Асахи» (основана в 1879 г., ежедневный тираж – 3 млн. 970 тысяч экземпляров), «Майнити» (основана в 1872 г., первая в истории страны газета на японском языке, ежедневный тираж – 1 млн. 850 тысяч экземпляров), «Никкэй» (основана в 1876 г., полное название – «Нихон кэйдзай симбун», «Японская экономическая газета», ежедневный тираж – 1 млн. 680 тысяч экземпляров), «Санкэй» (основана значительно позднее других газет ведущей пятёрки, в 1933 г., ежедневный тираж – 990 тысяч экземпляров). Все указанные газеты выходят ежедневно двумя выпусками, утренним и вечерним, включая субботу и воскресенье, а также обладают собственными изданиями на английском языке. Так, холдинг «Асахи» выпускает «Asahi Weekly», «Ёмиури» – «The Japan Times», «Никкэй» – «Nikkei Asia Financial Times», «Майнити» – «The Mainichi – Japan Daily News» и т.д. Кроме того, в префектурах выпускаются региональные варианты этих центральных газет с включением дополнительных материалов местного значения. Ещё два десятилетия назад в качестве главных общепонских газет называли три, «Ёмиури», «Асахи», «Майнити», но увеличение тиража и влияния «Никкэй» и «Санкэй» стало главным фактором появления «пятёрки» самых влиятельных газет [1, 202] По общему тиражу газет, 39,9 млн.экземпляров в день, Япония находится на 3-месте в мире, но по количеству экземпляров, приходящемуся на 1000 человек (700 экземпляров), занимает первое место в мире. При этом существует немало газет с узкоспециализирован-

ной тематикой: спортивной, научной, театральной и т.д.

Утренний выпуск японской газеты состоит из 25-30 страниц, вечерний выходит на значительно меньшем количестве страниц. Несколько страниц обычно объединяются в привычную для нашего читателя газетную полосу, которая называется *мэн* 面, букв. «поверхность». Этот термин восходит ко времени издания газет в эпоху Мэйдзи, когда первая газета на японском языке «Майнити» выходила на четырёх страницах, называемых *мэн*, на каждой из которых помещались статьи на определённую тематику. Так постепенно сформировалось и закрепилось представление о материале, который должен быть опубликован на первой, второй и прочих полосах. В современном варианте пресловутая полоса может состоять из нескольких страниц. Как и во многих других странах, на первой полосе, прежде всего на первой странице публикуется информация о событии (событиях), являющемся (являющихся) главной новостью дня, причём весьма лаконично. На следующей странице, также относящейся к первой полосе, это же событие освещается или анализируется подробно. Далее следуют полосы, посвящённые экономике, обществу, семье, вопросам образования, культуре и искусству. Примечательно, что нередко крупные газеты из номера в номер постоянно публикуют произведения художественной литературы, в т.ч. считающиеся классическими, знакомя таким образом читателя с выдающимися образцами японской прозы различных эпох. Публикуемые фрагменты произведений помещаются внизу страниц соответствующей, посвящённой культуре, полосы. На условной четвёртой полосе публикуются письма в редакцию, заметки и статьи по телевизионной и кинематографической тематике, спортивные репортажи, программы телепередач, сводка погоды, короткие заметки о происшествиях. В региональных изданиях ведущих газет в дополнение к статьям общепонской значимости публикуются статьи и заметки по вопросам, имеющим отношение лишь к жизни общества соответствующей префектуры. Большое место, до 30% общего количества материала в газете занимает реклама.



Главное требование, которое должны выполнять авторы статей, заключается в умении изложить материал лаконично и понятно для читателя, но при этом придерживаться определённой позиции, которая находит отражение в обязательном выводе из статьи. Основные принципы описания различных событий и проблем сводятся к следующим пяти, которые в японской журналистике обычно называют «правилом пяти W»: When, Where, Who, What, Why. Иными словами, статья должна давать читателю информацию по этим вопросам. Определённые сложности, связанные с пониманием содержания статей, возникают даже у носителей языка в связи с упомянутым выше требованием лаконичности изложения материала. Дело в том, что в результате укоренения этой тенденции заголовки статей, представляющие собой своеобразную «выжимку» из полного текста, как правило содержат усечённые части отдельных предложений или обозначают главную проблему либо тему соединением нескольких слов (не словосочетаний!), например, существительных, употреблённых без грамматических формантов и «выхваченных» из глагольных словосочетаний. Вследствие этого только по заголовку зачастую невозможно определить, о чём идёт речь в статье, и приходится читать всю статью до конца для того, чтобы получить правильное представление об описываемых проблемах или событиях. Именно по этой причине при обучении японскому языку иностранцев на этапе, где начинается чтение японских газет, преподаватели прежде всего рекомендуют прочитать статью до конца и только после этого перевести заголовок. В противном случае почти гарантирован его неверный перевод.

Несмотря на то, что в связи с распространением новых средств массовой коммуникации и Интернета газетам приходится конкурировать с новыми медиа, они продолжают занимать лидирующие позиции в качестве рупора общественного мнения и главного источника информации. Хотя ряд газетных холдингов в условиях конкуренции с новыми СМИ вынужден сокращать штат сотрудников, конкурс на вакантные должности в редакциях газет довольно высок, в среднем от 50 до 100 человек на одну свободную должность. Крупные газеты предпочитают привлекать к работе выпу-

скачников ведущих университетов Японии с гуманитарным уклоном, прежде всего Васэда. Но, как и в большинстве крупных компаний, в отличие от газет, не имеющих никакого отношения к филологии и ведущих торговую или производственную деятельность, претенденты на работу в газетные холдинги предварительно сдают экзамен на знание японского языка и проходят т.наз. SPY (Synthetic Personality Inventory). Экзамен по родному языку включает в себя не только вопросы на знание омонимии, антонимии, фразеологии, иероглифики, но и литературы от древних времён до современной эпохи, а также написание статьи на заданную тематику. Так, в 2021 г. в разгар пандемии коронавируса газета «Никкэй» была вынуждена проводить экзамен по японскому языку дистанционно. Претенденты на должности в редакции должны были за 60 минут написать сочинение (= статья) на тему о вакцинировании объёмом 800 знаков. Учитывая фактор иероглифической записи, такой объём следует рассматривать как довольно большой. Когда же через год было введено чрезвычайное положение из-за дальнейшего распространения коронавируса, экзаменуемым было дано задание написать текст на тему сложившейся ситуации с тем же количеством знаков в течение того же времени. Иными словами, тематика этого задания варьируется в зависимости от ситуации в обществе в конкретном временном периоде. Тестирование SPY ориентируется на выяснение личностных качеств претендентов и определение их профессиональной пригодности к будущей деятельности. Обычно предлагается ответить на 30 вопросов, достаточно несложных на первый взгляд, но позволяющих экзаменаторам определить степень профессиональной пригодности претендентов. Так, сдающие этот экзамен молодые люди должны в частности сделать выбор из двух утверждений, А и В, например:

1. А: Ложь во спасение допустима.

В: Лгать недопустимо.

2.А: Вы предпочитаете путешествовать в одиночестве?

В: Вы любите путешествовать с друзьями?

Сравнивая тексты газетных статей наших дней с материалами 15-20-летней давности, можно утверждать, что их язык претерпел значительные изменения. С точ-



ки зрения синтаксических особенностей обращает на себя внимание упрощение языка. Практически не употребляются сложносочинённые предложения как таковые и предложения, включающие в свой состав ещё и сложноподчинённые, чаще употребляются предложения с довольно простой грамматической структурой. Широко распространяется употребление аббревиатур, записываемых латиницей с одновременным истолкованием значения этих аббревиатур на японском языке в скобках. Следует отметить, что многие аббревиатуры ежегодно входят в японский язык благодаря первоначальному употреблению этих единиц именно в газетах. Современный японский язык характеризуется большим количеством заимствований из американского варианта английского языка, т.наз. *гайрайго*. Многие из этих заимствований, прежде всего общественно-политическая и экономическая лексика, также нередко впервые фиксируются в той или иной газете, а затем начинают функционировать в общепонском языке. Ежегодно на протяжении многих лет издательство «Дзию: кокуминся» в конце года публикует справочник «Гэндай ё:го но кисо тисики» («Основные сведения о современной лексике»), в который включаются неологизмы, появившиеся и употребляющиеся в текущем году в различных областях жизни японского общества, с указанием источника их первоначального употребления. Частотность первоначального употребления неологизмов в газетах достаточно высока, хотя, разумеется, это не означает, что эти единицы обязательно сохраняются в японском языке. Нередко с завершением действия

какой-либо тенденции или утратой актуальности события или проблемы в дальнейшем те или иные лексические единицы могут не сохраниться в современном языке и даже перейти в разряд архаизмов.

Стиль описания или анализа одних и тех же событий и проблем мировой или внутрияпонской значимости различен в различных газетах. Разумеется, в значительной степени это объясняется политической редакцией, а более точно выражаясь, политикой политической партии, к которой тяготеет та или иная газета. Так, «Ёмиури» была и остаётся газетой правящей Либерально-демократической партии Японии, «Асахи» пользуется репутацией газеты демократического толка и т.д. Естественно, что стилистика текста на одну и ту же тему дифференцируется в зависимости от политической позиции редакции. Но различна также стилистика текстов на темы, далёкие от политических или экономических проблем. Известный исследователь стилей японского языка Накамура Акира, сравнивая описание фейерверка в Токио, приведённое в газетах «Ёмиури», «Асахи» и «Майнити», отмечал экспрессивность и красочность языка текста статьи в «Ёмиури» в сравнении с материалами «Асахи» и «Майнити» [3, 35-37]. Возможно, такова историческая традиция изложения материала, которую стремится сохранять конкретная газета.

Всё вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что газеты продолжают играть важную роль в современном японском обществе, при этом сохраняя определённые стилистические различия в языке статей и с течением времени упрощая его.

### **Библиографический список**

1. Ниппон. Соно сугата то кокуро (Япония. Её облик и душа). – Токио: «Ниттэцу со:кэн», 2019. – 591 с.
2. Накамура Акира. Нихонго но бунтай (Стили японского языка). – Токио: «Иванами сётэн», 1993. – 403 с.
3. Накамура Акира. Нихонго бунтайрон (Стилистика японского языка).- Токио: «Иванами сётэн», 2016. – 372 с.

Я.М.Маматова  
Национальный университет Узбекистана  
имени Мирзо Улугбека  
Узбекистан, Ташкент

## АНАЛИТИКА В ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯХ УЗБЕКИСТАНА: НА ПУТИ К КАЧЕСТВУ

**Аннотация.** Количество интернет-СМИ в Узбекистане приближается к отметке 700. Ныне перед СМИ стоит задача трансформации количественных показателей в качественные. Практика интернет-изданий показывает, что аналитический их компонент, несмотря на трудности технико-технологического, организационного, творческо-мировоззренческого характера, находится в стадии обретения нового облика и содержания. Это выражается в увеличении численности публикаций, представленных в современных форматах и с использованием мультимедиа, с привлечением компетентных экспертов. Вместе с тем, освоение навыков медиаграмотности, критического мышления сотрудниками онлайн-медиа позволит расширить проблемно-тематический спектр аналитики, совершенствовать мастерство предъявления в медиатекстах журналистской аргументации.

**Ключевые слова:** аналитика, интернет-издание, компетенции журналиста, мультимедиа, аргументация, медиаграмотность, критическое мышление

Yakutkhon M.Mamatova  
National University Uzbekistan  
after named Mirzo Ulugbek  
Uzbekistan, Tashkent

ANALYTICS IN THE INTERNET EDITIONS OF UZBEKISTAN: ON THE WAY TO QUALITY

**Abstract.** The number of online media in Uzbekistan is approaching 700. Now the media is faced with the task of transforming quantitative indicators into qualitative ones. The practice of online issues shows that their analytical component despite the difficulties of a technical, technological, organizational, creative and ideological nature is in the process of acquiring a new look and content. This is expressed in an increase in the number of publications presented in modern formats and using multimedia, with the involvement of competent experts. At the same time the development of media literacy, competencies of critical thinking skills by mass media employees will expand the problem-thematic spectrum of analytics, improve the skill of presenting journalistic argumentation in media texts.

**Keywords:** analytics, online publication, journalistic competencies, multimedia, argumentation, media literacy, critical thinking

Аналитическая журналистика решает «три ключевые задачи: первая – разъяснить суть каких-то явлений, событий, проблем, феноменов. Вторая – анализ тенденций и предоставление оценки их важности. Третья – критика неэффективных путей развития»[1]. Она помогает понять сложные явления, объясняет, что вообще происходит, показывает взаимосвязи между явлениями.

Большой вклад в развитие аналитической журналистики в Узбекистане вносят интернет-издания. Они, «аккумулируя в себе особенности традиционных медиа, выходят на новый технологический и содержательный уровень»[2]. На июнь 2022 года в стране было зарегистрировано 677 интернет-СМИ. Большой популярностью у широкой аудитории пользуются Gazeta.uz, Kun.uz, Daryo.uz, Anxor.uz, The Tashkent Times, UzNews.uz, Podrobno.uz, Rost 24, Nova24.uz и другие. На этих ресурсах публикуются исследовательские, проблемные статьи, расследования, обзоры, комментарии, социологические резюме.

Большая часть аналитических публикаций в интернет-изданиях посвящена экономической проблематике. В них наглядно исследуются различные аспекты экономических реформ и бизнеса. К примеру, проблемная статья «Экспатское чудо»: Почему экспаты и узбекский бизнес недовольны работой друг друга» в Gazeta.uz за 13 апреля 2023 года подготовлена в формате «карточек(разбора)». В статье анализируются итоги комплексного исследования, проведенного рекрутинговым агентством TalentLab и проектом по карьерному росту Ustoz. Исследователи провели глубинные индивидуальные интервью с представителями бизнеса, нанимающими экспатов, с зарубежными специалистами, которые работали или продолжают работать в стране и топ-менеджерами, выразившими желание работать в Узбекистане. В лид публикации выведена главная авторская идея: экспаты и узбекский бизнес не оправдывают ожидания друг друга. Иностранцы недовольны расплывчатой постановкой задач и слабой дисциплиной местных кадров. Работодатели - ценником экспатов и результатами их работы. Текст снабжен также гиперссылкой.

В статье «Почему наше общество бедное. Часть первая» в Anxor.uz за 19 декабря 2021 года аналитик А. Абдукадиров рассуждает о факторах продолжающегося увеличения численности бедных слоев населения. В расследовании Шокира Шарипова «Трудовая миграция в Южную Корею превратилась в коррупционную схему, теперь очередь за Японией?» в Kun.uz за 1 января 2023 года отмечается, что в результате предпринятых в последние годы усилий появилась возможность направить более 20 тысяч узбекистанцев на работу в Японию. Для того, чтобы создать эту возможность, люди много работали, прилагали титанические усилия. И теперь, когда дело пошло на лад, кто-то хочет взять дело в свои руки, используя «проверенные методы», из-за чего рынок Японии может быть закрыт для узбекистанцев. Публикация интересна и тем, что текст сопровождается инфографиками, фотоиллюстрациями, фрагментами из официальных документов.

Корреспондент UzNews.uz Малика Турсунова 20 июня 2020 года в статье «Женщины – снизу: проблема домогательств в Узбекистане» подняла острую и щепетильную для общества проблему. Рассматривая причины домогательств в отношении девушек и женщин, автор указывает на наличие серьезного пробела

в законодательстве Узбекистана. Посредством инфографики - тремя круговыми и двумя столбчатыми диаграммами - представлены итоги социологического опроса, в котором приняли участие 1600 девушек со всей страны.

Вместе с тем, для интернет-СМИ «актуальными остаются вопросы улучшения качества и увеличения разнообразия публикаций..., а также повышения знаний и мастерства онлайн-журналистов»[3]. Так,

большинство недоработок в медиатекстах связано с недостаточным исследованием данных из многообразных источников, в том числе открытых данных, поверхностным отношением к работе над фактами, неумением выстраивать целенаправленное общение с героями и экспертами публикаций. В публикациях аналитической направленности встречаются подмена тезисов, неубедительность представляемых аргументов, несбалансированность логических и эмоциональных доводов, вследствие чего размывается авторская позиция, часто она

не соответствует изначальному замыслу и цели выступления.

Между тем, ценностной составляющей профессиональной деятельности журналиста продолжает оставаться «внимание к человеку, когда личность традиционно доминировала в отечественной публицистике, когда герой интересовал журналиста не только как социальный тип, но и как индивидуальность» [4]. В этом смысле перед онлайн-журналистами Узбекистана стоит задача глубокого проникновения во внутренний мир героев, понимания мотивов их действий в конкретных жизненных ситуациях, а посредством этого добиваться того, чтобы аналитические выступления становились «человекоцентричными».

Наряду с этим ускоренными темпами необходимо повышать уровень медиаграмотности и медиакультуры журналистов. Поскольку для эффективного аналитического выступления журналисту необходимо освоение и современных технологических навыков подготовки инфографических и аудиовизуальных компонентов текста.

В эпоху «постправды» и информационных противостояний актуализируется и проблема мировоззренческой позиции журналиста, базирующейся, прежде всего, на критическом мышлении. В свою очередь, ядро критического мышления состав-

ляют такие навыки, как «интерпретация, анализ, оценка, умозаключение, объяснение и саморегуляция» [3]. Критически мыслящий журналист в медиатексте может объяснить и то, как он мыслит, как он пришел к определенному суждению.

Итак, важным вектором развития аналитической журналистики в Узбекистане стало расширение спектра аналитических публикаций в интернет-изданиях по актуальным проблемам социально-экономической и политико-культурной жизни общества. При этом на повестке дня остро стоит вопрос мировоззренческой позиции, нравственно-моральных ценностей журналистов. Большая часть публикаций представлена в жанрах исследовательской, проблемной статьи, аналитической корреспонденции, расследования, обзора, встречаются также обозрения и социологические резюме. В интернет-изданиях наблюдается стремление к использованию форматов «карточки», «личная история(опыт)», «мнение эксперта», «инструкция» с применением инструментов дата и мультимедиа. Вместе с тем,

Пока слабо применяются возможности экспланатарного журнализма, жанров эксперимента, развенчивания мифов, кейстади, лонгрида.

### Библиографический список

1. Дуцик Д. Что такое аналитическая журналистика и как стать журналистом-аналитиком? // <https://school.cabar.asia/ru/video/diana-ducik-cto-takoe-analiticheskaja-zhurnalistika-i-kak-stat-zhurnalistom-analitikom/> 2018.
2. Хаганов Б. Интернет-СМИ в Узбекистане и их влияние на развитие гражданского общества. Страница 127. – Москва. ЛОКУС: люди, общество, культуры, смыслы, № 2. 2017.
3. Денисенко Ю. 10 шагов к критическому мышлению. Астана, Региональное Представительство Penal Reform International (PRI), 2018-С.8.
4. Выровцева Е.В. Традиционные профессиональные ценности в новых медиаформатах. // Челябинский гуманитарий, 2020, №1(50). –С.37. // <https://journals.csu.ru/index.php/chelgum/article/view/387/299/>

*А.В. Ковалева, Ю.А. Явинская  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул*

## МЕДИЙНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОЕКТА «ТЮРКСКИЙ МИР БОЛЬШОГО АЛТАЯ: ЕДИНСТВО И МНОГООБРАЗИЕ В ИСТОРИИ И СОВРЕМЕННОСТИ»

**Аннотация.** В данной статье представлены количественные показатели, характеризующие освещение деятельности коллектива проекта «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности» в средствах массовой информации в 2022 году.

**Ключевые слова:** Тюркский мир, Большой Алтай, медийное сопровождение, продвижение в медиaprостранстве

*Alla V. Kovaleva, Yulia V. Yavinskaya  
Altai State University  
Russia, Barnaul*

MEDIA PROMOTION OF THE PROJECT "THE TURKIC WORLD OF THE GREATER ALTAI: UNITY AND DIVERSITY IN HISTORY AND MODERNITY"

**Abstract.** This article presents quantitative indicators that characterize the coverage of the activities of the team of the project "The Turkic World of the Great Altai: Unity and Diversity in History and Modernity" in the media in 2022.

**Keywords:** The Turkic World, the Great Altai, media support, promotion in the media space

Деятельность по медийному сопровождению проекта «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности» осуществляет информационный центр НОЦ алтаистики и тюркологии «Большой Алтай» в тесном взаимодействии с вузами - участниками проекта из России, Казахстана, Кыргызстана. Цель проекта - продвижение в медиaprостранство стран Большого Алтая идеи интеграции и сохранения богатейшего историко-культурного наследия народов Большого Алтая, развития международных научных, образовательных и культурных связей.

Эмпирические данные, направленные на оценку освещения проекта «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности» в средствах массовой информации в 2022 году получены при помощи сервиса «Медиалогия» (автоматической системы мониторинга и анализа СМИ) [1]. Данные собирались на основе автоматической обработки более 500 тыс. сообщений в 59 тысячах СМИ ежедневно. В анализ включались газеты, журналы, ТВ и радио федерального уровня, интернет-СМИ, региональные и отраслевые СМИ. Анализ осуществлялся по ключевым словам «НОЦ алтаистики и тюркологии «Большой Алтай»» в период с 01.01.2022 по 31.12.2022 гг.

Медийное продвижение проекта «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности» характеризуется следующими показателями:

**Общее количество публикаций.** В период с 01.01.2022 по 31.12. 2022 общее количество сообщений, освещающих результаты работы коллектива проекта «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности», составило 526, из них:

- оригинальных сообщений – 213;
- перепечаток (перепечатки – похожие сообщения, совпадающие с оригинальной

статьей на 75% и более, свидетельствуют об интересе других СМИ к теме) – 313.

Количество перепечаток составляет 60% от общего количества сообщений по данной тематике, что свидетельствует о достаточно высоком уровне интереса к деятельности проекта «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности» со стороны СМИ.

**Наиболее активные СМИ по уровням.** Всего освещали работу проекта «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности» 53 федеральных СМИ, больше всего публикаций было в Большая Азия (bigasia.ru), Рамблер/новости (news.rambler.ru), Пресс-релизы Re-port.ru.

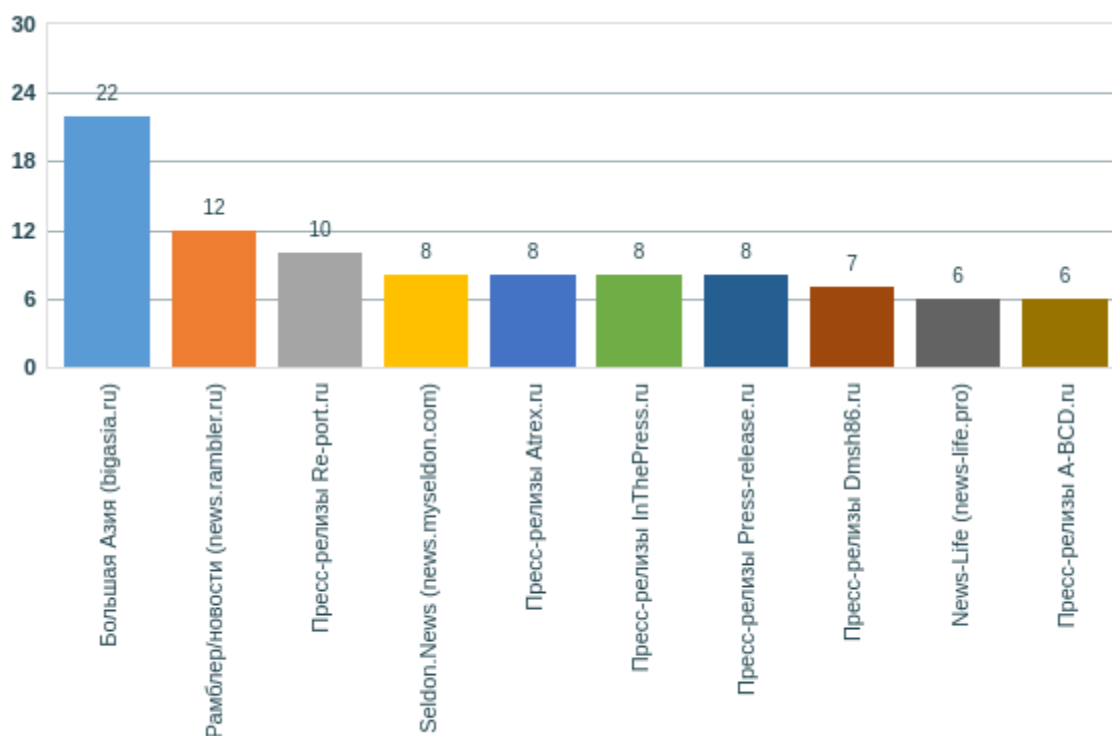


Рис.1 Федеральные СМИ

На уровне региональных СМИ, больше всего публикаций было на следующих сайтах: Алтайский государственный университет

(asu.ru), БезФормата Барнаул (barnaul.bezformata.com), Институт истории и международных отношений АлтГУ (hist.asu.ru).



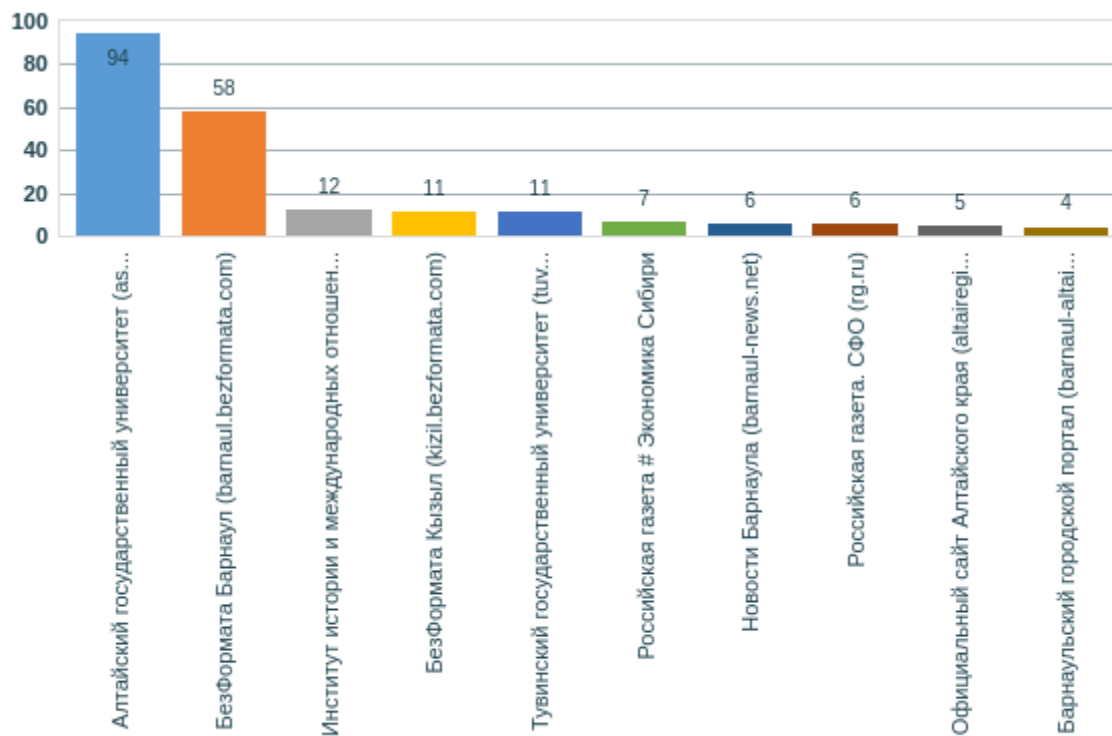


Рис.2 Региональные СМИ

**География выхода публикаций.** Из стран СНГ наибольшее количество сообщений публикуют:

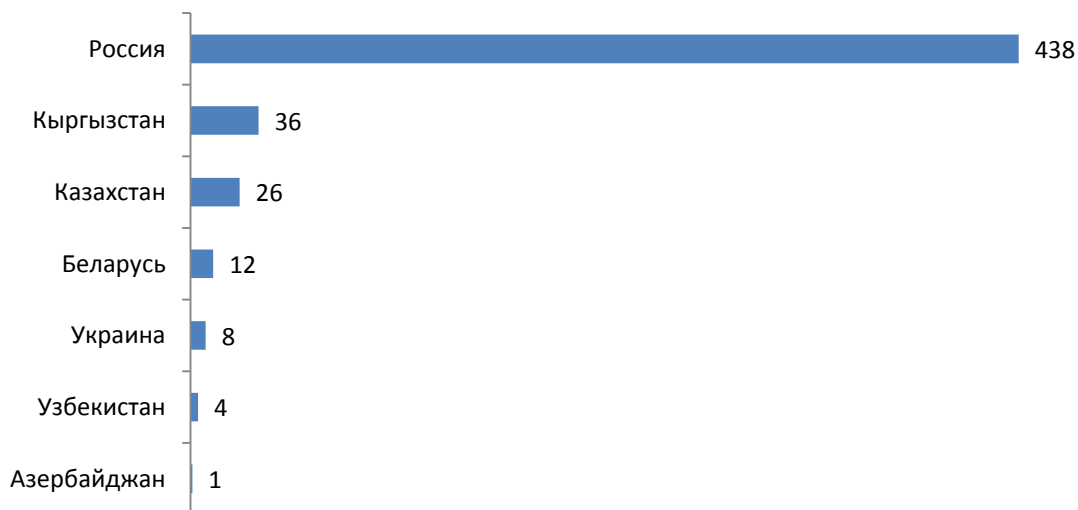


Рис.3 СМИ стран СНГ

Из регионов России наибольшее количество сообщений было зафиксировано в Алтайском крае:

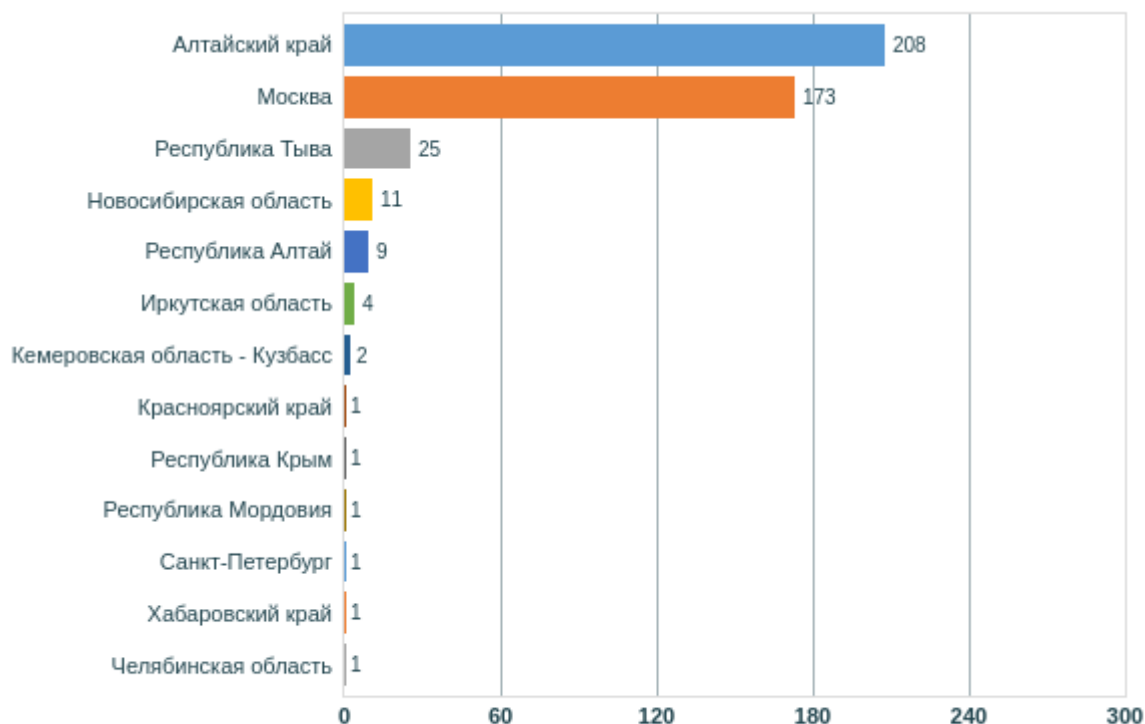


Рис.4 СМИ регионов России

**Активность СМИ.**

Наибольшее количество сообщений размещаются **в рубриках:**

- «Наука и образование» (437),
- «Власть» (140),
- «Прочее» (32),
- «Культура, искусство» (13),
- «Общество и социальная сфера» (11),
- «Международные отношения» (10),
- «Высокие технологии» (10),
- «Уровень региональный» (2).

Наибольшее количество сообщений, освещающих деятельность НОЦ, **представлено в жанре:**

- «Новости» (246),
- «Аналитика» (201),
- «Прочее» (78),
- «Интервью» (1),

**Наиболее активные СМИ по количеству сообщений.** На первом месте ТОП-20 наиболее активных СМИ Алтайский государственный университет ([asu.ru](http://asu.ru)). На втором – БезФормата Барнаул ([barnaul.bezformata.com](http://barnaul.bezformata.com)). На третьем и четвертом месте – Большая Азия ([bigasia.ru](http://bigasia.ru)) и Институт истории и международных отношений АлтГУ ([hist.asu.ru](http://hist.asu.ru)).





Рис.5 Активность СМИ по количеству сообщений

**Наиболее влиятельные СМИ по Медиа-Индексу.** Наиболее влиятельным СМИ по

МедиаИндексу за отчетный период стал ресурс **РИА Новости**.

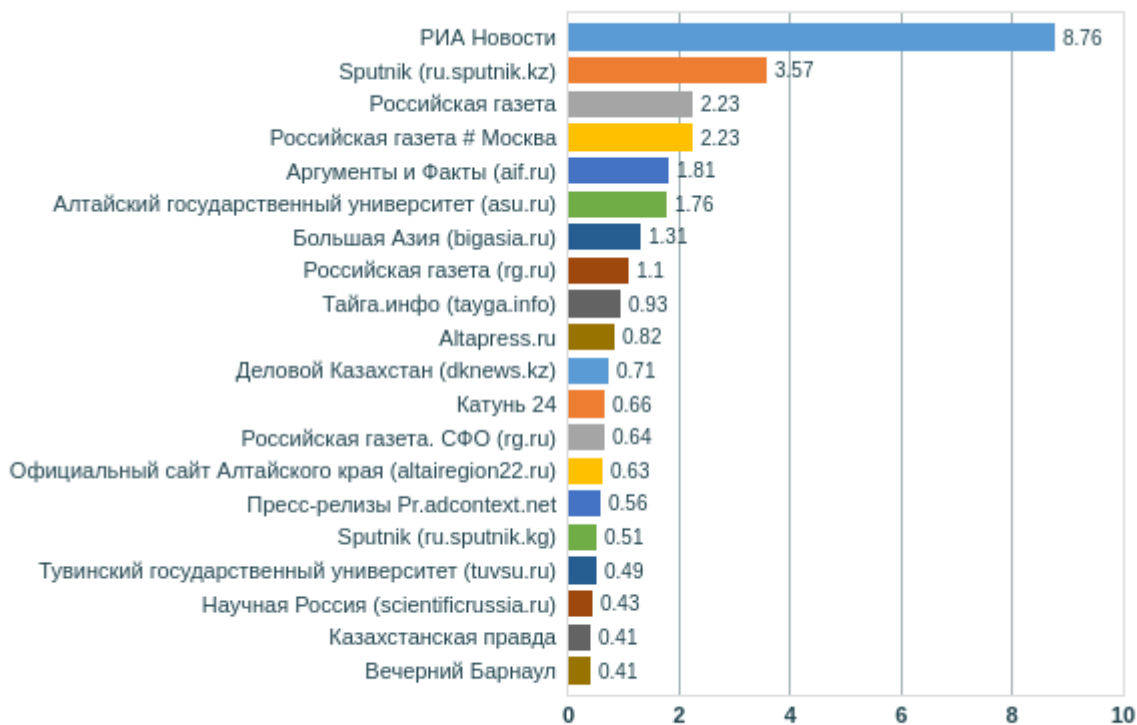


Рис.6 Влиятельность СМИ по медиаиндексу

**СМИ по авторам.** Наиболее активные авторы, освещающие деятельность НОЦ алтаистики и тюркологии «Большой Алтай»: Явинская Юлия (26 публикаций) Admin Financial News Live (finnewslive.com)(13 публикаций); Ермошина Светлана («Вечерний Барнаул» - 4 публикации).

Информационные поводы. Характеризуя информационную повестку по освещению результатов работы проекта «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности», необходимо отметить, что она задается инфоповодами, т.е. событиями или явлениями,

ставшими поводом для публикации. В практике медиаанализа показатели, основанные на данном параметре, являются наиболее употребимыми, поскольку позволяют оценивать медиаэффект конкретных событий. Сортировка по колонке «Заметность» помогает проанализировать, какая статья или группа статей были наиболее заметны в СМИ. Заметность включает показатели влияния СМИ и заметности сообщений (размер, место выхода).

Приведем рейтинг (топ-10) инфоповодов по исследуемой проблеме за январь-декабрь 2022г.

Таблица №.1

### Наиболее заметные информационные поводы

№	Событие	Количество сообщений	Охват	Заметность события
1	Ученые из разных стран представили результаты исследований Большого Алтая	10	7,2 млн	5,1
2	Большое лето "Большого Алтая"	3	0,2 млн	4,48
3	"Тюркский мир Большого Алтая": эффекты интеграции вузов Центральной Азии	7	6,9 млн	2,45
4	Пресс-конференция о реализации проекта "Тюркский мир Большого Алтая"	3	6,9 млн	2,38
5	Весеннее обновление. В России и Казахстане отмечают Наурыз	6	1,0 млн	1,83
6	Единство славянских и тюркских народов обсудили на форуме "Алтай - Азия"	8	0,2 млн	1,53
7	Ученые из Кыргызстана приняли участие в конференции алтаистов в России	4	1,3 млн	1,12
8	Информагентство Sputnik рассказало о новом экспонате виртуального музея "Большой Алтай - прародина тюрков" в трех странах	4	0,2 млн	1,06
9	Ученые создают карту древних тюркских памятников	4	0,2 млн	1,05
10	Древние Ромео и Джульетта: на Алтае нашли необычное захоронение	1	4,5 тыс	0,93

Самым заметным инфоповодом за отчетный период стала новость «Ученые из разных стран представили результаты исследований Большого Алтая» и "Большое лето "Большого Алтая"».

За время реализации проекта «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности» НОЦ алтаистики и тюркологии «Большой Алтай» не раз выступал одним из основных ньюсмейкеров информационной повестки по данной тематике. Деятельность по проекту освещают не только вузы-участники проекта, но и официальные порталы государственных, муниципальных органов власти и учреждений; зарубежные информационно-аналитические сайты; российские аналитические и специализированные сайты, сайты ведущих научных учреждений, социальные сети.

Интерес к проекту проекта «Тюркский мир Большого Алтая: единство и многообразие в истории и современности» приво-

дит к расширению географии и количества участников информационного партнерства, усилению репутационного капитала партнеров. Формируется международная информационная сеть, перспективные задачи которой определяются следующим образом: разработка единой методики исследования медиaprостранства, оперативный обмен новостными поводами по тематике алтаистики и тюркологии; совместное освещение мероприятий научно-образовательного, культурного и просветительского характера; обсуждение и обмен мнениями относительно ключевых событий, происходящих в странах Большого Алтая, популяризация результатов исследований в области алтаистики и тюркологии среди широких слоев населения стран Большого Алтая.

#### **Источники**

1. [www.mlg.ru](http://www.mlg.ru)

*З.К. Темиргазина, А.Б. Абуова  
Павлодарский педагогический университет  
имени Алькея Маргулана  
Казахстан, Павлодар*

## ОБУЧЕНИЕ НАУЧНОМУ СТИЛЮ В КАЗАХСКИХ ШКОЛАХ КАК КОМПОНЕНТ КАЧЕСТВЕННОГО ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

**Аннотация.** В статье исследуется роль функционально-стилистического компонента как составляющей качественного лингвистического образования, способствующего повышению коммуникативной компетенции учащихся казахских школ на неродном языке. Представлены основные выводы контент-анализа учебников русского языка для школ с казахским языком обучения. Определены место и роль функционально-стилистического компонента в обучении русскому языку как неродному, что является особенно важным для обновленного содержания. Сформулированы задачи школьной стилистики, требования к функционально-стилистическим параметрам текстов в учебнике, к упражнениям. Выявлено, что к знаниям, умениям и навыкам стилистического характера предъявляются требования, связанные с возрастными особенностями учащихся.

**Ключевые слова:** лингвистическое образование, функционально-стилистический компонент, учебник русского языка, школьная стилистика, грамотность речи.

*Zifa K. Temirgazina, Aigul B. Abuova  
Pavlodar Pedagogical University  
named after Alkey Margulan, Kazakhstan  
Kazakhstan, Pavlodar*

### TEACHING SCIENTIFIC STYLE IN KAZAKH SCHOOLS AS A COMPONENT OF HIGH-QUALITY LINGUISTIC EDUCATION

**Abstract.** The article emphasizes the importance of the functional and stylistic component as a component of high-quality linguistic education, contributing to the improvement of the communicative competence of students of Kazakh schools in a non-native language. The main conclusions of the content analysis of textbooks of the Russian language for schools with the Kazakh language of instruction are presented. The place and role of the functional and stylistic component in teaching Russian as a non-native language are determined, which is especially important for the updated content. The tasks of school stylistics, requirements for functional and stylistic parameters of texts in the textbook, for exercises are formulated. It is revealed that the knowledge, skills and skills of a stylistic nature are subject to requirements related to the age characteristics of students.

**Keywords:** linguistic education, functional and stylistic component, textbook of the Russian language, school stylistics, speech literacy.

Отечественная система основного и дополнительного лингвистического образования развивается как система преемственных уровней по вертикали – дошкольного – школьного – вузовского – послевузовского, а также внутри каждого уровня (по горизонтали) – за счет вариативных форм организации изучения. Наиболее важным в этой преемственной системе оказывается школьная лингвистическая подготовка, закладывающая основной фундамент качественного лингвистического образования. Трендом последнего десятилетия в лингвистическом образовании стало расширение профессий и сфер деятельности, в которых требуется качественное лингвистическое образование. Если раньше это были преимущественно профессии учителя, преподавателя, переводчика, журналиста, то теперь оно востребовано в деятельности пиар-менеджера, специалиста по связям с общественностью, пресс-секретаря, спичрайтера и т.п. Рост востребованности лингвистического образования на современном рынке труда привёл к необходимости пересмотра его содержания с учётом влияния не только внутренних факторов в развитии системы высшего профессионального образования, но и глобальных, общемировых тенденций [1, с.3].

Целостность системы лингвистического образования, ее открытость обеспечиваются прежде всего единством ориентации на обучение межкультурному общению во всех его сферах, включенностью национальной системы в мировой образовательный контекст. Лингвистическое образование как основа межкультурной коммуникации преследует цель формирования межкультурной коммуникативной компетенции в различных сферах деятельности и профессионального общения на основе системного подхода к обучению иностранным языкам и обучению русскому языку как второму. «В русле концепции развивающего образования важно подчеркнуть динамику метапредметных (системных) компетенций от элементарных учебных и общеучебных умений, связанных с изучением языка и культуры, до компетентного использования изучаемого языка как средства учебной и в дальнейшем академической, исследовательской и самообразовательной деятельности» [2, с.35].

Выполненный анализ действующих учебников для школы с казахским языком обучения позволяет сделать вывод, что теоретические сведения и практические задания школьных учебников нуждаются в большей систематизации, логичности и конкретизации. Задания по стилистике носят подчас формальный неконкретный характер. Некоторые из них должны, на наш взгляд, включать детализацию и алгоритмизацию последовательности действий учащихся. Задания по стилистике должны быть точно направлены на выработку у учащихся конкретных умений и навыков. Необходимо помнить: соответствие научному стилю школьных проектов учащихся находится в прямой зависимости от уровня теоретических знаний учащихся по стилистике и умений применять их на практике.

Для организации эффективной грамматико-стилистической работы на уроках русского языка необходимо постепенное погружение в специфику того или иного стиля на разных возрастных этапах [3, с.35–36]. Именно поэтому основной теоретический материал по функциональной стилистике необходимо вводить в 7–8 классах, когда уровень осознанности, осмысленности читательской грамотности приближен ко взрослому. Обучение стилистике на данном этапе должно основываться на принципе взаимосвязи в изучении грамматики и стилистики, базироваться на преподавании русского языка как неродного на коммуникативной основе.

К 10–11 классам основной понятийный аппарат учащегося сформирован и представляет прочную основу для анализа текста с целью выяснения его стилистической принадлежности. Однако и в данный период учащимся должны предлагаться грамматико-стилистические упражнения, направленные на обогащение речи учащихся, обучение анализу, целесообразному выбору и оптимальному использованию художественно-выразительных средств, расширение коммуникативных возможностей учащихся [4, с.145–146].

Считаем обязательным дополнение школьной программы материалом стилистического компонента: понятием стилистической нормы научного текста, видами стилистических ошибок, языковыми особенностями научного стиля, а главное, системой синтактико-стилистических упражнений,

имеющих целью формирование функционально-стилистической грамотности.

С целью совершенствования речевой деятельности с опорой на материал по отработке стилового навыка учащихся (опытная работа, обучающий эксперимент), перешли к апробированию разработанной нами системы упражнений. Целью апробации было развитие речевых навыков в 7 классе при изучении тем по стилистике (1 четверть, §§ 3–11). Для этого мы провели ряд уроков, на которых закрепляли навыки и умения по работе над темами «Текст. Способы связи предложений в тексте», «Стили речи», «Публицистический стиль», «Термины», «Научный стиль», «Типы речи»; учились правильно согласовывать, употреблять речевые обороты [5, 2017].

Каждый урок включал задания по отработке стилового навыка, проводилось большое количество упражнений по предотвращению речевых ошибок, в том числе, в связи с изучением научного стиля. Учащимся предлагались задания по выявлению грамматико-стилистических особенностей форм степеней сравнения имен прилагательных; упражнение на предупреждение тавтологии: предлагалось определить возможность / невозможность сочетаний; исправление стилистических ошибок (с предложением в последующем правильного варианта); склонение имен числительных; согласование форм родительного падежа; распознавание смысловых и стилистических оттенков форм глагола; проверялись теоретические знания о научном стиле; предлагалось провести «правку» текстов, упражнения предназначены для закрепления, активизации учебного материала и организации контроля за качеством его усвоения.

Примеры заданий.

*Отредактируйте предложения, избавившись от неточно выбранных слов и нарушений лексической сочетаемости. Замените неудачные обороты более корректными*

*Устраните речевую избыточность. Для этого исключите лишние слова, при необходимости отредактируйте текст, исходя из норм лексической сочетаемости.*

*Отметьте случаи неправильного употребления слов.*

*Найдите и объясните нарушения лексической сочетаемости и отредактируйте предложения.*

*Исправьте ошибки в употреблении фразеологических оборотов.*

*Устраните неуместную лексику данного стиля. / Замените неуместную разговорную / жаргонную лексику на слова нейтрального литературного стиля.*

*Укажите грамматико-стилистические особенности форм степеней сравнения имен прилагательных.*

*Определите возможность замены сочетаний.*

*Укажите смысловую и стилистическую роль данных слов /прилагательных, местоимений и т.д./ в предложении.*

*Внесите исправления. Правильно ли согласовано подлежащее со сказуемым (определением, дополнением, обстоятельством)? Обоснуйте свой ответ.*

*Сопоставьте смысловые и стилистические оттенки глагольных форм.*

*Укажите признаки научного стиля.*

Разработанная нами комплексная система упражнений по развитию речи при изучении темы «Научный стиль» оказалась эффективной. Данный подход позволил сформировать навыки грамотной устной и письменной речи, а также систематизировать их знания по теме «Стили речи», «Научный стиль». После проведения обучающего эксперимента, учащиеся выполняют вторую контрольную работу, в которой изменен лишь языковой материал. Цель проведения данной контрольной работы – проследить результаты проведенной работы; уточнить уровень знаний после обучающего эксперимента и убедиться в правильности направления.

Результаты контрольного эксперимента убедили нас в правильности подобранных нами упражнений. Этот вывод можно сделать, сопоставляя итоги констатирующего и контрольного эксперимента.

Сравнивая результаты контрольных работ на констатирующем и контрольном этапах, мы отметили разницу в процентном отношении. Высокий уровень увеличился на 9%, средний уровень на 14%, низкий уровень уменьшился на 33%. Но не у всех учащихся отмечается сформированность грамотной речи. Чтобы увеличить развивающий потенциал языковой среды, целесообразно предложить учащимся специальный языковой материал, в котором продолжается формирование навыка и постепенного усложнения при изучении темы



«Научный стиль речи». Наиболее ценны те из упражнений, которые активизируют познавательную деятельность и обеспечивают самостоятельность работы. Немаловажную роль играют упражнения, рассчитанные на запоминание написания отдельных слов: выписывание слов из текстов учебника, составление с ними словосочетаний и предложений, письмо по памяти.

Учащиеся при этом приобретают ряд грамматических умений в области фонетики, морфологии, синтаксиса [6, с.86]. Успешное овладение грамотной научной речью возможно при условии систематического применения на уроках разнообразных методов и приемов преподавания.

Качественное лингвистическое образование предусматривает значительное увеличение активных форм работы, направленных на интеграцию учащихся к свободному и комфортному ориентированию в иноязычной среде и умению адекватно реа-

гировать в незнакомых условиях, приобретение практических навыков, умению самостоятельно рассуждать. Уже на выходе из среднего звена учащиеся должны владеть монологической научной речью, умением кратко и доступно формулировать мысли, терпимо относиться к мнению партнеров по общению, развивать умение добывать информацию из разных источников, обрабатывать ее с помощью различных приемов и техник, применять накопленные знания по предмету, расширять границы своего познания, стремиться вникнуть и понять собеседника при защите своего научного проекта [7, р.1388]. Работа со справочной литературой, интернет-источниками, словарями, информационными базами данных создает возможность прямого контакта с аутентичным языком; способствует популяризации гуманитарно-научного знания с учетом социо-культурных параметров целевых аудиторий и этнокомпонента.

### **Библиографический список**

1. Пузырева О.И. Содержание лингвистического образования в гуманитарных вузах России и США // *Современные проблемы науки и образования*. 2015. № 6. DOI: 10.17513/spno.130-23584
2. Коряковцева Н.Ф. Современные тенденции лингвистического образования // *Преподаватель XXI век*. №1–1. 2018. С.32–40.
3. Темиргазина З.К. Транскультурность и ее проявление в поэтике лирических текстов // *Полилингвистичность и транскультурные практики*. 2021. Т. 18. № 1. С. 29–43.
4. Temirgazina Z., Shakaman Y., Kairova M., Akosheva M., Kurmanova Z., Shaharman A. Metaphors in anatomical terminology // *Space and Culture, India*. 2019. Т. 7. № 1. P.143–153
5. Жанпейс У.А., Озекбаева Н.А. Русский язык и литература: Учебник для 7 класса общеобразовательной школы с казахским языком обучения. Алматы: «Атамұра», 2017.
6. Темиргазина З.К., Абуова А.Б. Функционально-стилистический компонент в учебниках русского языка для казахских школ: Контент-анализ // *Язык и литература: теория и практика*. 2022. № 1. С.86–94.
7. Temirgazina Z.K., Bakhtikireeva U.M., Sinyachkin V.P., Akosheva M.K. Cognitive mechanism of metaphorization in zoological terms // *American Journal of Applied Sciences*. 2016. Т. 13. № 12. P.1385–1393.

Е.В. Лукашевич  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## В ПОИСКАХ ЯЗЫКОВОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИЯН: МЕДИАДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ СОВРЕМЕННОСТИ

**Аннотация.** В статье рассматриваются ключевые проблемы состояния русского языка современности в российском медиадискурсе на основе публикаций о поправках в Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации» (2023 г.), анализируются речевая культура носителя русского языка и ее потенциал в межкультурной коммуникации.

**Ключевые слова:** медиадискурс, медиатизация, государственный язык, состояние русского языка, языковая идентичность, речевая культура носителя языка.

Elena V. Lukashevich  
Altai State University  
Russia, Barnaul

### IN SEARCH OF THE LINGUISTIC IDENTITY OF RUSSIANS: MEDIA DISCURSIVE PRACTICES OF MODERNITY

**Abstract.** Russian Russian The article examines the key problems of the state of the modern Russian language in the Russian media discourse on the basis of publications on amendments to the Federal Law "On the State Language of the Russian Federation" (2023), analyzes the speech culture of a native speaker of the Russian language and its potential in intercultural communication.

**Keywords:** media discourse, mediatization, state language, state of the Russian language, linguistic identity, speech culture of a native



Целью данной статьи является анализ ключевых проблем состояния русского языка современности в российском медиадискурсе на основе публикаций о поправках в Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации» (№ 53-ФЗ от 01.06.2005), принятых Госдумой 16.02.2023 (вступил в силу 28.02.2023) [1]; соотнесение обозначенных проблем с состоянием речевой культуры носителя русского языка, оценка ее потенциала в межкультурной коммуникации.

1. Языковая политика и языковая идентичность. Проблемы языковой политики и языковой идентичности в настоящее время приобретают все большую актуальность. Не ставя своей задачей детальный анализ различных точек зрения по данным проблемам, вслед за чл.-корр. РАН В.М. Алпатовым обозначим ключевые положения их теоретического осмысления:

- государство – основной проводник языковой политики, которая, как правило, осуществляется сознательно и основывается на идеологических принципах и практических мероприятиях по решению языковых проблем;

- языковая политика основывается «на взаимодействии двух естественных, но противоположных друг другу потребностей. Потребность идентичности состоит в стремлении пользоваться в любой ситуации общения “своим” языком <...>. Потребность взаимопонимания заключается в том, что каждый из участников ситуации общения желает без помех общаться со своими собеседниками независимо от того, какой язык им родной» [2, с. 9];

- успешная языковая политика предполагает, «с одной стороны, сохранение в устойчивом виде общегосударственного языка, а с другой – поддержку и развитие других языков, включая языки малочисленных народов» [3, с. 115]; государство выступает в качестве силы, поддерживающей потребность взаимопонимания, и стимулирует роль государственного или фактически господствующего языка;

- «языковая политика может идти как бы сама собой через систему образования, бизнес, средства массовой информации, человеческие контакты и т. д. Многие люди, пусть чаще всего неосознанно, проводят ту или иную политику, связанную с выбором языка для коммуникации [там же];

- господствующий государственный язык закрепляется юридически, но важно «учитывать неоднородность языка: стандартный (литературный) язык, диалекты, просторечие и др.; здесь также возможно непонимание» [3, с. 116];

- «роль русского языка резко упала за пределами России, но в России (исключая некоторые области наук, в основном естественных, где он вытесняется английским) ему ничего не может угрожать по объективным причинам. В отношении русского языка главной заботой языковой политики должно быть поддержание и укрепление его нормы, которая была заметно расшатана в последние 30 лет» [3, с. 122]; «повышение общей грамотности населения и уровня владения русским языком как в центральной России, так и в национальных республиках Российской Федерации» [4, с. 68];

- в основе языковой идентичности лежат «представления и оценки, относящиеся к родному языку, а также языковая идентификация, происходящая на основании знания языка и речевых ситуаций» [5, с. 314], которые в значительной степени обуславливают ценностные установки и модели поведения человека в определенных социокультурных условиях.

2. Медиадискурс. Медиатизация. Медиадискурс можно рассматривать «как закрепившийся в языке способ упорядочения действительности, способ видения мира, реализуемый в самых разнообразных (не только вербальных) практиках, следовательно, не только отражающий мир, но и проектирующий и сотворяющий его» [6, с. 15-16]; способ влияния на доминантные интенции социума, трансляции смыслов, интерпретации, норму фокусировки, значимости, оценки фактов, событий и т.п. «Аудитория выстраивает свои отношения с окружающим миром, ориентируясь во многом не на саму реальность, а на ее интерпретацию, которую предлагают СМИ» [там же]. Формируемые медиасобытия «становятся частью содержания мышления индивидов и ведут к сближению картин мира не только членов одного социума, но и членов различных этнокультурных сообществ» [7, с. 3]. Соответственно, анализ медиадискурсивных практик в освещении определенного медиасобытия может способствовать выявлению ценностных ориентаций, моделей

поведения, статусов участников массовой коммуникации.

3. В качестве подобного медиасобытия мы выбрали публикации о состоянии русского языка современности в российском медиадискурсе на основе поправок в Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации» (№ 53-ФЗ от 01.06.2005), принятых Госдумой 16.02.2023 (вступил в силу 28.02.2023) [1].

В статье первой закона о русском языке как государственном языке Российской Федерации зафиксированы функции и статус государственного языка, предусматривающий обязательность использования в определенных сферах, защиту и поддержку русского языка, право граждан на использование государственного языка. В качестве основы правового регулирования этого статуса отмечается ответственность Правительства РФ и Правительственной комиссии по русскому языку за порядок утверждения норм современного русского языка (в том числе правил орфографии и пунктуации).

К существенным поправкам в закон следует рассматривать следующие:

- В п. 1 статьи дается существенное в аспекте определения модели языковой политики современной России дополнение: *«русский язык как язык государствообразующего народа, входящего в многонациональный союз равноправных народов Российской Федерации»* (здесь и далее курсив мой. – Е. Л.).

- Сама статья закона дополнена п. 7, в котором постулируется: «Обязательность использования государственного языка Российской Федерации не должна толковаться как отрицание или умаление права на пользование государственными языками республик, находящихся в составе Российской Федерации, и языками народов Российской Федерации». В.М. Алпатов, характеризуя современное состояние языковой политики РФ, подчеркивает: «Можно не любить какой-то язык, но понимать необходимость его знания для любого продвижения вверх. В России так обстоит дело с русским языком. Жалобы на снижение уровня его знания постоянно раздаются в национальных субъектах Федерации, хотя нередко такие жалобы – замаскированный протест против преподавания других языков России <...> Что ждет образование на малых

языках в будущем? Не надо сворачивать это образование: пусть даже выпускникам знание этих языков практически не понадобится, но что-то в памяти может остаться. Каждый язык – это особая культура, особый взгляд на мир, способ выражения эмоций, и не хотелось бы это терять [3, с. 123].

- В редакции закона от 05.05.2014 г. отмечалось, что «не допускается использование слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка (в том числе нецензурной брани), за исключением иностранных слов, не имеющих аналогов в русском языке». Ср. в редакции от 28.02.2023 г. существенное дополнение: «за исключением иностранных слов, которые *не имеют общеупотребительных аналогов в русском языке и перечень которых содержится в нормативных словарях, предусмотренных частью 3 настоящей статьи*».

В редакции закона от 28.02.2023 г. дается важное уточнение: «Для целей настоящего Федерального закона *под нормами современного русского литературного языка понимаются правила использования языковых средств, зафиксированные в нормативных словарях, справочниках и грамматиках. Порядок формирования и утверждения списка таких словарей, справочников и грамматик, требования к составлению и периодичности издания нормативных словарей, предусмотренных настоящей частью, утверждаются Правительством Российской Федерации на основании предложений Правительственной комиссии по русскому языку*».

Глава комитета по культуре Госдумы Е.А. Ямпольская подчеркивает, что для практического действия закона, который оберегает чистоту русского языка от заимствований, необходимы нормативные словари. «В документе установлено, что пункт об использовании иностранных слов вступает в силу только с 1 января 2025 года» [РИА Новости, 16.02.2023].

Если суммировать, то ключевые поправки в закон о государственном языке РФ касаются: контроля за соблюдением всеми должностными лицами, гражданами норм и правил современного русского литературного языка; защиты русского языка от чрезмерного использования иностранных слов, за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в

русском языке и содержащихся в нормативных словарях; расширения сфер, где употребление русского языка как государственного обязательно (реклама, информация для потребителей товаров и услуг, оформление почтовых отправлений и т.п.); критериев идентичности текста на русском и иностранном языках (равнозначность, идентичность технического оформления и т.п.); подготовки единого корпуса нормативных словарей, справочников, грамматик.

Поисковая система Google по запросу «Поправки в закон о русском языке» выдала на 12.04.2023 результатов примерно 570 000 (0,34 сек.), «Защита русского языка – закон» результатов примерно 13200 000 (0,35 сек.).

Мы проанализировали 15 публикаций в крупных российских интернет-изданиях: РБК, Российская газета, Ведомости, Известия, ТАСС, РИА Новости, Интерфакс.ру, Газета.ру, АиФ и т.п. Анализ показал, что акцент во всех публикациях сделан на защите русского языка от чрезмерного использования иностранных слов.

Заголовки публикаций: «Путин подписал закон о защите русского языка» (РГ), «Госдума одобрила во втором чтении принятый закон о защите русского языка» (Ведомости), «Дума приняла закон о недопустимости иностранных слов» (РБК), «Русский язык защитят от чрезмерных иностранных заимствований» (duma.gov.ru), «В Госдуме назвали сроки замены иностранных слов на русские аналоги» (Майл.ру), «В Госдуме разъяснили принятый закон о русском языке и заимствованиях» (Лента.ру), «Принятый закон о защите русского языка от иностранных слов в мае обсудят педагоги-русисты» (Интерфакс.ру) и др. Как видим, в заголовках допускается искажение смысла для привлечения внимания читателя, усиления воздействующей функции, используется эмоциогенная оценка в заданном направлении. Понятия «свой – чужой» являются ключевыми в межкультурной коммуникации, ибо столкновения одной культуры с другой в современном мире происходят постоянно, и абсолютизация «своего», так же, как и непонимание «чужого», создают различные помехи в процессе межкультурного обмена [8, с. 111].

В менее чем 30% публикаций упоминается о необходимости соблюдать нормы русского литературного языка и работе над

созданием нормативных словарей, справочников, грамматик. Ни в одной публикации не упоминается о проблемах использования нецензурной речи в ситуациях делового общения, хотя эту проблему довольно активно обсуждают педагоги и психологи.

Все эти проблемы подтверждаются и результатами наших опросов студентов по родному языку по образцу анкеты на сайте «Языки и культура народов России: сохранение и развитие» [9]. На вопрос анкеты «Какие проблемы, связанные с изучением родного языка и родной культуры, Вы считаете наиболее актуальными для современности?» 27% дают такие ответы: *пропаганда западной культуры; много / огромное количество заимствованных слов; все стремятся на Запад и хотят знать английский язык, нельзя этого допускать; из-за слияния культур пропадает самобытность языка и др.* При этом немногочисленны ответы, которые свидетельствуют о попытках оценить уровень собственной речевой культуры, способах ее совершенствования и развития, о состоянии русского языка современности, о нормах русского литературного языка (8%): *отсутствие интереса к родной культуре и языку у молодежи, несоблюдение семейных и национальных традиций; общий уровень незаинтересованности и необразованности некоторых социальных слоев и отдельных людей в изучении русского языка; много правил, которые не все знают и соблюдают; потрясающая безграмотность в интернете; все больше сленга у молодежи; более старое поколение может неправильно произносить слова и т.п.* 10% анкетированных отказались отвечать на этот вопрос, а 4% указали, что, по их мнению, таких проблем нет.

На наш взгляд, поиски языковой идентичности современным российским социумом предполагают широкие общественные дискуссии о состоянии русского языка современности с участием квалифицированных лингвистов, о доминирующих типах речевых культур у современных россиян, об их ценностных установках и моделях поведения по отношению к русскому языку, и не только государственному, но и языку повседневности. Кроме того, требуется обязательная языковая подготовка квалифицированных педагогических кадров: изменение системы обучения русскому языку независимо от специализации.

## Библиографический список

1. Федеральный закон от 01.06.2005 № 53-ФЗ (ред. от 28.02.2023) «О государственном языке Российской Федерации». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_53749/22277](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_53749/22277) (дата обращения: 25.03.2023).
2. Алпатов В.М. Языковая политика в современном мире // Научный диалог. 2013. № 5(17): Филология. С. 8-28.
3. Алпатов В.М. Языковая политика и родной язык // Слциолингвистика. 2020. № 3 (3). С. 114-124. URL: <http://sociolinguistics.ru> (дата обращения: 25.03.2023).
4. Петрулевич И.А. Современная языковая политика Российской Федерации: основные векторы и тенденции развития / И.А. Петрулевич, Л.М. Месропян // Гуманитарий Юга России. 2016. № 4. С. 66-76.
5. Исканиус С. Языковая идентичность русскоязычной молодежи-иммигрантов в Финляндии // Социолингвистика. 2006. № 3. С. 314-328.
6. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. М.: Аспект Пресс, 2015.
7. Рогозина И.В. Медиакартина мира: когнитивно-семиотический аспект: монография. Москва; Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2003.
8. Кислякова Е.Ю. Коммуникативная категория инакости: монография. Волгоград: Перемена, 2018.
9. Языки и культура народов России: сохранение и развитие [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--80aefkflwjbr0jyb.xn--p1ai/#nationlanguages> (дата обращения: 02.03.2023).

А.В. Кинцель  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН НА ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫХ ФАКУЛЬТЕТАХ (ОТДЕЛЕНИЯХ) РОССИЙСКИХ ВУЗОВ: СОЦИО- КУЛЬТУРНЫЙ И ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ (НЕЙРОЛИНГВИСТИ- ЧЕСКИЙ) АСПЕКТЫ

**Аннотация.** В статье освещаются некоторые количественные и качественные аспекты международного образования, обучения иностранных студентов в РФ, обучения иностранных студентов на подготовительных факультетах и отделениях в социокультурном и лингвокогнитивном (нейролингвистическом) аспектах.

**Ключевые слова:** международное образование, иностранные студенты, подготовительный факультет, обучение на иностранном языке, языковая способность, функциональная система.

Alena V. Kinzel  
Altai State University  
Russia, Barnaul

TRAINING OF FOREIGN CITIZENS AT PREPARATORY FACULTIES  
(DEPARTMENTS) OF RUSSIAN UNIVERSITIES: SOCIOCULTURAL AND  
LINGUOCOGNITIVE (NEURO-LINGUISTIC) ASPECTS

**Abstract.** The article highlights some quantitative and qualitative aspects of international education, training of foreign students in the Russian Federation, training of foreign students at preparatory faculties and departments in socio-cultural and linguocognitive (neuro-linguistic) aspects.

**Keywords:** international education, foreign students, preparatory faculty, teaching in a foreign language, language ability, functional system.



## 1. Международное образование в современном мире.

Обучение на иностранном языке (международное образование) – это социальный, экономический и образовательный тренд нашего времени. Университеты мира борются за лучшие умы. Кроме того, предоставление образовательных услуг иностранным студентам – один из важнейших инструментов «мягкой силы» государства: вместе со знаниями иностранные студенты приобретают ценный социальный капитал и, вернувшись на родину, становятся эффективными проводниками языка и культуры страны, где они получили образование.

### Количество иностранных студентов в мире:

1975 г. – 800 000 чел.  
1980 г. – 1 040 000 чел.  
2007 г. – 2 800 000 чел.  
2009 г. – 3 700 000 чел.  
2012 год – 4 млн. чел.,  
2019 год – 6 млн. чел.

### Рейтинг востребованности университетов мира (количество иностранных студентов в 2022 году):

США (948 519 чел.),  
Великобритания (693 815 чел.),  
Канада (551 580 чел.),  
Франция (364 756 чел.),  
Австралия (363 859 чел.),  
Россия (351 127 чел.)

## 2. Иностранные студенты в РФ.

### 1) Общая численность:

- 1946 г. – 15 чел.
- 1970-е годы – 38 000 чел. (из более чем 100 стран мира)
- 1990 г. – 126 500 чел.
- 2019 г. – 298 000 чел.
- 2020 г. – 315 000 чел.
- 2021 г. – 324 000 чел.
- 2022 год – 351 127 чел.

### 2) Распределение иностранных студентов России по странам мира:

Казахстан (почти 20%), Китай (11%), Узбекистан (11%), Туркменистан (10%), Таджикистан (6%), Индия (5%), Украина (3%), Египет (3%), Белоруссия (2%).

### 3) Востребованные направления обучения:

Медицина (22 %), инженерное дело (22%), бизнес и управление (17%), образование (9%), гуманитарные науки (5%), социальные науки (5%), математика и компьютер-

ные науки (5%), естественные науки (4%)  
изобразительное и прикладное искусство (3%), сельское хозяйство (3%).

### 4) Обучение иностранных граждан, финансируемое РФ (обучение по квотам):

до 2020-2021 уч.г. – 15 000 чел.,  
2021-2022 уч.г. – 18 000 чел. (из 175 стран мира),  
2022-2023 уч.г. – 23 000 чел.,  
с 2023 – 2024 уч.г. – планируется 30 000 чел.  
к 2030 году – планируется 100 000 чел.

### 5) Историческая справка.

Первые иностранные студенты в современной Российской Федерации появились после окончания 2-й Мировой войны:

- В ЛГУ в 1945-1946 учебном году на кафедре русского языка обучалось 15 иностранных студентов. В следующем году в ЛГУ создали курсы русского языка для иностранных учащихся.

- В 1948 году 145 иностранцев поступило в МГУ. Иностранных студентов нужно было предварительно готовить к обучению в российском университете на русском языке. В 1954 году в МГУ создают подготовительные курсы, которые затем переименовывают в подготовительный факультет для иностранных учащихся. Иностранцы изучали русский язык, знакомились с русской культурой и реалиями жизни в России.

- В 1960 г. открыт РУДН для целенаправленного обучения студентов из-за рубежа. Кафедра РЯ имела 4 секции, специализированные на обучении студентов из Африки, латинской Америки, Юго-Восточной Азии и Ближнего и Среднего Востока.

- В 1974 г. создан Институт РЯ им. А.С. Пушкина (на базе МГУ) в качестве головного вуза по подготовке зарубежных филологов-русистов. Сейчас это основной научно-методический центр по изучению, обобщению и распространению опыта преподавания РКИ в России и за её пределами.

## 3. Иностранные студенты на ПО для иностранных обучающихся АлтГУ.

1) Иностранные граждане обучаются - по квотам Министерства науки и высшего образования РФ (страны Азии, Африки, Латинской Америки, Ближнего Востока, Европы и США),

- по договорам на оказание платных образовательных услуг (из тех же стран).

### 2) Программы подготовки:

- подготовка к профессиональному обучению на русском языке по 4 направле-

ниям: гуманитарному, экономическому, инженерно-техническому, естественнонаучному,

- изучение русского языка общего владения и для профессиональных целей разных уровней (от 0 до C2),

- летние школы по русскому языку как иностранному.

### **3) ПО осуществляет:**

**Полный цикл социокультурной адаптации иностранных граждан:** встреча, сопровождение, прохождение медосмотра, заселение в общежитие, знакомство с кампусом и городом, взаимодействие со средой через посредство:

- волонтеров из числа студентов университета, в том числе иностранных,
- кураторов групп из числа преподавателей,
- сотрудников ПО и Международного отдела.

**Адаптацию иностранных граждан к особенностям обучения в российском вузе:**

- характер взаимодействия с преподавателем,
- соотношение самостоятельной и аудиторной работы,
- режим обучения,
- методы и средства обучения,
- корректировка объема изученного материала по дисциплинам специальности,
- участие иностранных слушателей в региональных и международных научных студенческих конференциях на русском языке: подготовка текста доклада по научной или общекультурной теме на русском языке; подготовка презентации; выступление с докладом на русском языке; участие в дискуссии на русском языке.

**4) Региональная специфика опорного Алтайского государственного университета**

- преобладающие в структуре иностранных студентов АлтГУ представители ближнего зарубежья (Таджикистан, Кыргызстан, Узбекистан, Казахстан) практически не имеют запроса на обучение на ПО,
- Представители КНР составляют важную часть обучающихся в силу сложившихся традиций взаимодействия АлтГУ с китайскими представителями (вузами, рекрутерами),
- Структура обучающихся определяется общей структурой состава обучающихся, распределенных по квотам Минобра.

**4. Развитие языковой способности, языковой картины мира, а также образа мира иностранных студентов в процессе обучения на иностранном языке.**

**1) Интеллектуальные виды деятельности требуют сильной мотивации** (отрицательной или положительной) в связи с большой энергозатратностью работы мозга. Мозг составляет 2% от массы тела, потребляя 20% энергии, расходуемой организмом; при сильном интеллектуальном напряжении – до 30%, поскольку запоминание, обучение, творческое мышление – это процессы морфогенеза (роста в мозге).

**2) Процесс воспитания и обучения является процессом морфогенеза – роста мозговых структур.** Результатом является формирование массивов памяти. Этот процесс протекает в мозге непрерывно, но с различной интенсивностью. В результате формируются сложные функциональные системы, являющиеся нейрофизиологической базой всех знаний, умений и навыков человека.

**3) Гибкость нейронного субстрата мозга как база формирования различных функциональных систем.** В мозге не существует жесткой структурно-функциональной предзаданности. Ещё в 1909 Корбиньян Бродман выделил в неокортексе 52 функционально специализированных поля, однако впоследствии было установлено, что жесткой предзаданности нет. У разных людей размеры и количество полей – разное. Функциональные системы мозга формируются в процессе воспитания и обучения. Именно при обучении происходит специализация нейронов под функцию, выполнение которой является необходимым. В этом – гибкость системы и залог больших адаптивных возможностей человека.

**4) Неокортекс как база социальных инстинктов.** Воспитание и обучение мозга в детском и юношеском возрасте приводят к формированию сложного комплекса функциональных систем, определяющих знания, умения и навыки человека. Нейробиологи указывают, что за 5-6 лет на основе морфогенеза формируется базовая система так называемых «социальных инстинктов», которая полностью определяет поведение человека в социуме. Такая система сложно перестраивается, ее практически невозможно сломать.

**5) Представленность языка в мозге – языковая способность индивида.** Современ-



менной науке известно, что языковая способность человека определяется генетически. Установлено, что ген FOXP2 на 7-й хромосоме регулирует функционирование целого комплекса других генов, отвечающих за развитие структур, участвующих в реализации языковой функции. Гены создают биологические условия. Вторым фактором развития языковой способности является социальная языковая среда. Мозговой субстрат языка – это специализированные нейронные области, связанные с моторной корой (зона Брока, задний отдел 3-й лобной извилины) и слуховой корой (центр Вернике, задние отделы верхней височной извилины). Кроме того, существуют специальные структуры, которые регулируют сложные синтаксические трансформации (пассив, отрицательные конструкции), а также отвечают за планирование и контроль речи (лобные доли).

**б) Усвоение иностранного языка как развитие языковой способности.** Установлено, что изучение иностранного языка в детском и взрослом состоянии значительно различаются. Различается и место хранения функциональных систем, связанных с родным и иностранным языком, усвоенном во взрослом состоянии. Изучение языка во взрослом состоянии опирается на другие механизмы и осуществляется под большим влиянием сознательного контроля.

**5. Следствия обучения на иностранном языке:**

**1) Абстрактные, социально- и профессионально ориентированные понятия и**

**концепции прочно ассоциированы с языком обучения,** поскольку вводятся, закрепляются и поддерживаются с помощью определенного языка. В речи на родном языке в этих сферах будут употребляться непеведенные слова, словосочетания и целые конструкции. Для адекватной передачи информации потребуется специальное обучение переводу в сфере профессиональной коммуникации.

**2) В процессе обучения на иностранном языке усваиваются также социальные, культурные, философско-мировоззренческие и др. понятия,** которые за 4-6 лет обучения формируют устойчивые функциональные системы в сознании человека, модифицируя или перестраивая его взгляд на мир. Поэтому обучение на иностранном языке позволяет формировать лояльные элиты. Значение этого феномена трудно переоценить. Этот феномен используется государствами при стратегическом планировании международной политики.

Итак, международное образование является важным трендом современного мира; обучение на иностранном языке имеет большие когнитивные, социальные и, как следствие, политические следствия; процесс образования и воспитания имеет нейрофизиологические закономерности, которые необходимо изучать и учитывать как в методическом, так и в стратегическом плане, как для повышения эффективности самого образования, так и для реализации социальных задач.

Tatiana Avdeeva  
*Directeur du centre de Formation  
des langues orientales et européennes "Élites"*

## LA FORMATION DES COMPÉTENCES HUMAINES DANS LE PROCESSUS D'APPRENTISSAGE DES LANGUES ÉTRANGÈRES

**Résumé.** Le processus d'apprentissage des langues étrangères a pour objectif de développer les quatre compétences langagières fondamentales des apprenants. Ce processus, centré sur l'apprenant, est souvent influencé par les différences individuelles telles que la motivation, l'anxiété et l'autoefficacité. Dans cette étude, nous avons analysé l'influence de la compétence de communication en langue maternelle des apprenants sur leurs compétences de communication orales (compréhension orale et expression orale) en français. À l'aide d'une échelle de mesure, nous avons collecté les données sur ce variable psychodidactique. Les résultats ont été obtenus à la suite de l'analyse de ce variable et celle des notes des apprenants, qui composent l'échantillon, par le modèle d'équivalence structurale. L'article traite de l'examen de la base Linguistique, qui est à la base de toutes les méthodes possibles mises en œuvre dans le processus d'apprentissage de la langue. L'une de ses principales parties est les compétences humaines, qui peuvent déterminer l'essence de l'apprentissage d'une langue, l'attitude des élèves à son égard.

**Mots clés:** langue étrangère, apprentissage, français, langue maternelle, compétences de communication

Tatyana Yu. Avdeeva  
*Director of the Center for Teaching  
Eastern and European Languages "Elite"*

THE FORMATION OF HUMAN SKILLS IN THE PROCESS OF LEARNING FOREIGN LANGUAGES

*Abstract:* The article discusses the study of the language basis, which is the basis for all possible methods used in the process of language learning. One of its main parts is human skills, which can determine the essence of language learning, the attitude of students to it. The article is devoted to the consideration of the language basis, which underlies all possible methods implemented in the process of language learning. One of its main parts is human skills that can determine the essence of language learning, the attitude of students towards it.

*Keywords:* foreign language, education, French, native language, communication skills.

Т. Ю. Авдеева  
Директор Центра обучения  
Восточных и европейских языков «Элита»

## ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКОВ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

*Аннотация.* В статье рассматривается изучение языковой основы всех возможных методов, используемых в процессе изучения языка. Одной из главных составляющих являются человеческие навыки, которые могут определять суть изучения языка, отношение к нему студентов.

*Ключевые слова:* иностранный язык, образование, французский язык, родной язык, коммуникативные навыки.

L'apprentissage est une activité multidimensionnelle et un processus lié à plusieurs conditions/fonctions. Comme tous les autres processus, le processus d'apprentissage des langues étrangères (LÉ) est ouvert aux effets négatifs et positifs du milieu d'apprentissage, c'est-à-dire, à ceux des composantes de ce milieu. Il nous paraît inutile d'établir une hiérarchie entre les aspects qui influent sur ce processus, car il est incontestable que le rôle des aspects psychodidactiques (AP) ne peut pas être nié. De nos jours où tout apprentissage est centré sur l'apprenant, considéré comme la composante la plus importante du processus d'apprentissage, la situation affective de celui-ci a commencé à être analysée pour mieux comprendre les différences individuelles qui influencent le processus d'apprentissage.

Il est assez important d'évaluer le processus d'apprentissage des LÉ dans le cadre des AP et d'analyser la corrélation entre ces différents variables, ayant des effets positifs ou négatifs sur ce processus, pour pouvoir réorganiser les cours selon les groupes. La différence entre les compétences de communication que les apprenants acquièrent en deux langues peut être due aux effets de ces facteurs. En effet, nous pouvons fréquemment observer que les apprenants qui ont un meilleur niveau de compétence de communication en LM ont des problèmes de communication en LÉ. Ces observations nous montrent qu'il pourrait y avoir de divers facteurs agissant sur cette compétence. Ce sont ces observations qui nous ont orientés à analyser le rapport qui réside entre la compétence de communication en LÉ et le niveau de compétence de communication en LM chez les apprenants qui apprennent le français comme deuxième langue étrangère.

### La Compétence de Communication

De nos jours, l'apprentissage d'une LÉ est considéré généralement comme l'apprentissage de la communication en LÉ. Bien que les cours de langue privilégient souvent les objectifs linguistiques, l'objectif principal doit être développer la compétence de communication. Comme l'indiquent Boyer et Pendanx, « il ne s'agit plus seulement d'enseigner le français mais d'enseigner à communiquer en français » [2, p. 38]. Dans cette optique, le développement de la compétence de communication chez l'apprenant peut être considéré comme le noyau du processus d'enseignement/apprentissage. En effet, d'après Hymes, «il semble que «compétence de communication» ait été utilisée parallèlement et indépendamment, dans le domaine de l'apprentissage et de l'enseignement des langues» [6, p. 123]. Ceux qui font des recherches sur l'enseignement/apprentissage des LÉ ont utilisé ce terme, d'abord, dans deux sens différents. D'après Paulston (1974, 1979), ceux qui travaillent dans ce domaine se servent de ce terme pour «désigner une capacité à entrer en interaction spontanée dans la langue cible» [9, p. 123]. Cette première tendance ne définit qu'une simple compétence linguistique abstraite. Or, la deuxième tendance en la matière est fondée sur les définitions de Hymes: «ils y incluent non seulement les formes linguistiques de la langue, mais aussi ses règles sociales, le savoir quand, comment et avec qui il est approprié d'utiliser ces formes» [10, p. 1]. Quant à Bérard [1, p. 29], elle a mis l'accent sur l'importance de la prise en compte des différentes composantes de la compétence de communication telles que les compétences linguistique, sociolinguistique, discursive, référentielle et stratégique. L'identification de ces composantes faite par Moirand [8, p. 20] précise la notion de compétence de communication. Par ailleurs, d'après le dernier ouvrage de référence, CECRL (Cadre européen commun de référence pour les langues) du Conseil de l'Europe [3, p. 86], la compétence communicative comprend trois composantes principales: les compétences linguistiques, les compétences sociolinguistiques, et les compétences pragmatiques. Pour mieux analyser le concept de «compétence de communication», il faut d'abord bien définir la notion de «communication». La communication directe interhumaine (à la différence de celle du message électronique) ne peut pas être expliquée par une simple « transmission » du «message» par

une «voie» à l'aide d'un «code» partagé par le «transmetteur» et le «récepteur» comme dans le schéma de communication de Shannon et Weaver [12, p. 5]. Ici, les travaux de Jakobson explicite mieux la complexité de la communication humaine. Les six fonctions du langage définies par Jakobson [7] correspondent, chacune, à une composante de la communication : fonction expressive (destinateur), fonction conative (destinataire), fonction phatique (canal), fonction référentielle (contexte), fonction métalangage (code), fonction poétique (message). Pour Jakobson, la linguistique «ne se limite pas à décrire les faits grammaticaux, mais prend en compte les actualisations esthétiques, en d'autres termes les actualisations artistiques de la langue» [7]. Boyer et Pendanx [2, p. 38] soulignent l'absence de symétrie entre la production et l'interprétation d'un discours, car le message élaboré par un sujet communiquant ne peut pas vraiment refléter ce qu'il veut communiquer. De plus, le processus d'interprétation sera plus complexe, car le sujet interprétant va «devoir à son tour construire un certain nombre d'hypothèses lui permettant – ou non – d'accéder au sens du message qui lui est adressé» [2, p. 40]. Cela peut être expliqué par la différence de valeurs, d'attitudes des interlocuteurs et de beaucoup d'autres caractéristiques qui forment leur identité. C'est, sans doute, la raison pour laquelle Charaudeau considère l'acte de langage comme «une expédition et une aventure» [4, p. 50].

Pour mieux expliquer la notion d'implicite, il sera utile de citer l'exemple de Boyer et Pendanx : «L'énoncé «ouvert le dimanche matin» inscrit sur la porte d'une boutique ne signifiera pour aucun Français que le magasin en question n'est ouvert que le dimanche matin, mais qu'il est aussi ouvert le dimanche matin, alors que, normalement, en France, les commerces sont fermés ce jour-là» [2, p. 44]. La notion d'implicite est un bon exemple pour montrer la différence entre le modèle de communication présenté par Charaudeau et celui présenté par les physiciens, Shannon et Weaver. Dans le modèle de Charaudeau, fondé sur l'intention des partenaires et sur divers autres facteurs, la communication n'est plus qu'une simple transmission de message d'un émetteur à un récepteur. C'est avec l'approche communicative qu'on a commencé à accorder l'importance méritée à l'emploi de la langue, et à la compétence de communication. Jusqu'à

l'apparition des méthodes modernes dans l'enseignement/apprentissage des LE sous l'influence de la linguistique structurale, c'était le système de la langue qui occupait une place importante dans les recherches et les pratiques pédagogiques. C'est avec l'approche communicative, qui a subi l'influence de la pragmatique et l'analyse de discours, que l'on s'est penché sur la fonction principale de la langue. Pour Galisson, «ce qui signifie qu'en tant qu'outil de communication, la langue est [désormais] pleinement reconnue comme pratique sociale» [5, p.14]. Aujourd'hui, les programmes des cours de langue ont pour objectif de développer quatre compétences: compréhension orale, expression orale, compréhension écrite et expression écrite. C'est-à-dire que l'apprenant, à la fin du processus de l'apprentissage, sera capable de comprendre ce qu'il aura lu et entendu et de s'exprimer oralement et par écrit. Pour aboutir à cet objectif, les manuels élaborés depuis le début des années 1990 accordent de l'importance à la compétence de communication. Ainsi, les manuels actuels proposent aux apprenants des activités ayant pour but de développer leurs compétences orales et écrites dans les situations de communication authentique. Les apprenants peuvent s'exprimer de façon différente dans une situation de communication donnée à l'aide d'une liste d'actes de parole; ce courant avait débuté d'ailleurs par Un Niveau-Seuil (Coste et al. 1976), un ouvrage de référence qui définit les contenus d'apprentissage. Autrefois, enseigner une langue ne consistait qu'à développer la capacité à construire des phrases grammaticalement et lexicalement correctes avec le registre soutenu et/ou standard. Or aujourd'hui, l'apprenant doit savoir comment utiliser ces phrases (énoncés) dans une situation de communication de la vie courante. Widdowson [13, p.11] souligne ce fait comme suit: «Connaître une langue, ce n'est pas

seulement comprendre, parler, lire et écrire des phrases. C'est aussi savoir comment les phrases sont utilisées à des fins de communication».

En dépit des biais, nos résultats mettent en cause une pratique répandue dans la formation à distance aujourd'hui : celle de l'évaluation individuelle qui fait suite à un apprentissage collectif en ligne. Le groupe restreint met du temps à se former et à bien fonctionner et il demande une certaine énergie aux apprenants pour l'organisation de l'action commune. Mais une fois formé, le groupe restreint tutoré permet de produire des rédactions de meilleure qualité que celles des personnes travaillant individuellement avec un tuteur. Il ne permet en revanche pas, au vu de nos résultats, d'améliorer davantage que le mode d'apprentissage individuel tutoré les savoir-faire individuels. Si les compétences visées (et l'évaluation) sont individuelles, l'interaction en groupe tutoré n'apparaît pas comme un moyen d'apprentissage plus performant que le mode individuel tutoré. L'évaluation de la co-action sociale ne correspond pas aux pratiques universitaires courantes et reste difficile et long à mettre en place. Mais lorsque l'objectif d'apprentissage n'est pas seulement le développement de compétences individuelles mais aussi sociales, l'évaluation de l'action conjointe s'impose. Ainsi, lorsque l'on se situe – comme le font aussi bien les dispositifs observés que le CLES – dans la perspective actionnelle en langues qui met en avant l'interaction sociale, l'évaluation ne devrait pas être individuelle, mais porter également sur la co-action sociale elle-même, c'est-à-dire sur le processus d'élaboration commune d'une réponse à une tâche donnée. Ce constat met en question la forme actuelle, essentiellement individuelle, de la certification en langues qui est en train de se mettre en place au niveau national.

## Bibliographie

1. Bérard, E. Approche communicative. Paris: CLE International, 1991.
2. Boyer, H., Butzbach, M. et Pendanx, M. Nouvelle introduction à la didactique du français langue étrangère. Paris: CLE International / VUEF, 2001.
3. Conseil de l'Europe. Cadre européen commun de référence pour les langues. Paris : Didier, 2005.
4. Charaudeau, P. Langage et discours. Paris : Hachette, 1983.
5. Galisson, R. (1980). D'hier à aujourd'hui la didactique générale des langues étrangères : du structuralisme au fonctionnalisme. Paris : CLE International.

- 6.Hymes, D.H. *Vers la Compétence de Communication*. Paris: Les Éditions Didier, 1991.
- 7.Jakobson, R. *Linguistics and Poetics*, in T. Sebeok, (Ed.), *Style in Language*, Cambridge, MA: MIT, 1960. Press: 350-377.
- 8.Moirand, S. *Enseigner à communiquer en langue étrangère*. Paris: Hachette, 1982.
- 9.Paulston, C. B. (1974). *Linguistic and communicative competence*. *TESOL Quarterly*, 8, 1974, P. 347-362.
- 10.Paulston, C. B. *Communicative competence and language teaching*. In *Guidelines for communication activities*. *RELC Journal Supplement 1* (June), 1979.
- 11.Pohlmann, J. T. (2004). *Use and interpretation of factor analysis*. *The Journal of Educational Research: 1992-2002*. *The Journal of Educational Research*, 98(1), 2004, P. 14-22.
- 12.Shannon, C. et Weaver, W. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1949.
- 13.Widdowson, H.G. *Une approche communicative de l'enseignement des langues*. Paris: Les Éditions Didier, 1991.

Н.В. Халина  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## ТРАНСАФРОАЗИАТСКИЙ МЕДИА ГАЙД: ЯЗЫКОВОЙ И МЕДИЙ- НЫЙ КОЛОРИТ АФРОАЗИАТСКОГО МИРА

**Аннотация.** В статье дается общий обзор африканских медиа, формируется общее представление о роли средств массовой информации в афроазиатском мире, делается акцент на значимости для анализируемого типа континентальных СМИ языкового менеджмента, что обусловлено многообразием языкового ландшафта, с одной стороны, с другой стороны, отсутствием необходимых эпистемических и герменевтических компетенций для участия в информационных процессах. В медийный обиход вводится «секвенция» новых исследовательских имен, связанных с презентацией медийных исследований Афроазии и Африки. Формируются пролегомены к современной африканской медийной философии, или медийной концептологии, связанной с а) антиколониальной проблематикой, б) осмыслением идей справедливости и свободы; в) признанием приоритета культурных ценностей.

**Ключевые слова:** афроазиатский мир, языковое разнообразие Африки, афроазиатские языки, движение сопротивления, справедливость и свобода, популярные африканские медиа, языковой менеджмент

Natalia V. Khalina  
Altai State University  
Russia, Barnaul

TRANS-AFROASIATIC MEDIA GUIDE: LANGUAGE AND MEDIA COL-  
ORATION OF THE AFROASIATIC WORLD

**Abstract.** The article provides a general overview of African media, forms a general idea of the role of mass media in the Afro-Asian world, focuses on the importance of language management for the analyzed type of continental media, which is due to the diversity of the language landscape, on the one hand, on the other hand, the lack of necessary epistemic and hermeneutic competencies to participate in information processes. A "sequence" of new research names associated with the presentations of media Afroasia and Africa is being introduced into media usage. Prolegomena to modern African media philosophy, or media conceptology, is being formed, related to a) anti-colonial issues, b) comprehension of the ideas of justice and freedom; c) recognition of the priority of cultural values.

**Keywords:** Afro-Asian world, linguistic diversity of Africa, Afro-Asian languages, resistance movement, justice and freedom, popular African media, language management



Языки – это касается общения и в общественной сфере, и в сфере медиакоммуникаций – обычно расширяются в своем применении и функционировании, когда их носители обладают большей властью или обладают некоторыми социальными или экономическими преимуществами перед своими соседями. При характеристике языков мы сочли возможным опереться на осмысление особенностей языкового менеджмента афроазиатских территорий, представленное в исследовании Мартина Берналя [1]. Латынь распространилась вместе с Римской империей, арабский – с распространением ислама, а английский – с Британской и Американской империями девятнадцатого и двадцатого веков. Таким же образом, если исследователь хочет проанализировать распространение афроазиатских языков, то необходимо, по мнению М. Берналя, сосредоточиться на том, что какие общества, использовавшие эти языки для поддержания своего функционального тона, были наиболее успешными обществами, и оценить уровень их развития.

Проблематика языкового менеджмента является доминирующей для современных африканских медиа, поскольку, как отмечает Беавоги Боймасса [2], существование множества языков на Африканском континенте является тормозом развития СМИ, в связи с чем, язык бывших колонизаторов является языком межэтнического общения. Однако подобный вариант коммуникации не решает проблем, поскольку велика доля неграмотного населения. Участие в информационных процессах, таким образом, осложняется не только отсутствием доступа к информационным ресурсам, но отсутствием необходимых эпистемических и герменевтических компетенций, помогающих разрешить семантические проблемы при общении на африканских языках (прежде всего, проблема толкования значения лексических единиц). Беавоги Боймасса также отмечает, что большинство коренных народов Африки относятся к народам устной цивилизации, что предопределяет иное культурное, социально-психологическое отношение к СМИ: чтение СМИ – это «канцелярская» деятельность. В системе рыночных отношений этот социально-культурный феномен привел к исчезновению с газетного рынка в условиях жесткой конку-

ренции множества изданий, что оказалось обусловлено не только отсутствием необходимых технических средств, журналистских кадров, но и экономических знаний газетного производства. Кроме того, как отмечает исследователь, внедрение рыночных отношений в СМИ и усиление государственного контроля не сыграло позитивной роли в расширении свободы печати и свободы слова. Существующие электронные издания по темпам роста опережают традиционные, внедрение новейших коммуникационных спутниковых систем становится шансом для африканских территорий сократить свое отставание от развитых стран в сфере информационно-коммуникационных технологий.

Собственно семантика термина «афроазиатский» обусловлена тем фактом, что на языках этой семьи говорят как в Африке, так и в Азии. Словообразовательный сегмент «афро-» располагается перед сегментом «азиатский», потому что на семи из восьми его подсемейств – чадском, южнокушитском, центрально-кушитском, восточно-кушитском, беджийском, берберском и древнеегипетском – говорят исключительно в Африке, а на седьмом, семитском, говорят на обоих континентах [1]. Необходимо обращать внимание еще на два факта: а) на сегодняшний день наиболее известным членом этой семьи является семитское подсемейство языков; б) на арабском (семитском языке из Азии) «сегодня говорят как на родном языке или культурно доминирующем на более чем 90 процентах территории, где традиционно говорили на африкайском» [1]. При существовании нескольких гипотез о прародине африкайского языка, в большинстве таковой признается Африка.

Изучение официальных и популярных средств массовой информации в Африке связано с двумя отдельными областями знаний, которые недостаточно взаимодействуют друг с другом: а) в области средств массовой информации и коммуникации официальные СМИ в Африке изучаются с целью оценки того, насколько они способствуют демократии, привлекают государство к ответственности и информируют избирателей об их возможностях на выборах; б) в области африканистики популярные

средства массовой информации, к которым относят, в том числе, музыку, видео и комиксы, принято рассматривать как формы сопротивления тем, кто находится у власти [3].

В конце 1950-х и 1960-х годах считалось, что средства массовой информации играют важную роль в создании гармоничных национальных государств, особенно в развивающихся странах, которые только что получили независимость и чьи границы были установлены как искусственные во время колониального правления [4; 5; 6]. Ключевая роль средств массовой информации в национальном развитии оправдывала государственный контроль над средствами массовой информации и привела к установлению государственных монополий на прессу и вещание во многих развивающихся странах, а государственная собственность на средства массовой информации имела решающее значение в плане направления процесса к развитию полноценных национальных государств [3]. Представления о нормативной роли СМИ значительным образом изменились в конце 1990-х и начале 2000-х годов, когда была принята позиция, что либеральная демократия является лучшим рецептом развития в Африке [7], которой свойственно проведение свободных выборов; существование множества политических партий; уважение основных прав человека, к которым относятся, прежде всего, свобода слова, свобода печати и свобода ассоциаций. Именно средства массовой информации в условиях либеральной демократии играют важную роль в привлечении правительства к ответственности за его деятельность.

Актуальной для африканских СМИ рубежа тысячелетий становится идея общественных СМИ, существующих для продвижения общественного блага, которое обычно определяется в терминах актуализации демократии и развития [8, 9, 10, 11]. Виктор Айэдун-Алума [12] осуществляет процедуру концептуализации популярных общественных СМИ, которые должны: а) отражать использование коммуникации для самоутверждения сообщества способами, учитывающими национальный и глобальный контексты; б) способствовать возникновению, адаптации и использованию медиа-

технологий в сообществе в качестве инструмента и продукта повседневной жизни людей. СМИ должны, учитывая разнообразие, приносить пользу большинству, ценить меньшинства внутри сообщества, на фундаментальном уровне должны быть мотивированы желанием содействовать общему благу и, следовательно, должны стремиться продвигать групповые и индивидуальные права. При этом местные языки и программы поддержки используются в качестве стратегий для расширения участия сообщества в работе радиостанций: радио Ада вещает на языке дангме, коренном языке своей местности в регионе Большая Аккра; а радио Реасе, базирующееся в Виннебе, использует несколько местных языков, включая фанти и эвуту, предоставляя, таким образом, большинству людей, не владеющих английским языком, возможность знакомиться с актуальным медийным контентом [12].

Интересную тему использования визуального контента в СМИ для повторной мифологизации государственного языка с помощью политической сатиры развивает в своем исследовании Джеордже Огола [13], опираясь на постколониальную концепцию А. Мбембе [14]. А. Мбембе размышляет о возможной демистификации в СМИ некоторых заповедей, на которых зиждется власть: «хотя это может демистифицировать заповедь или даже подорвать ее легитимность, это не наносит ущерба основам заповеди» и что «в лучшем случае это создает очаги недисциплинированности, на которые заповедь может наступить, хотя в остальном она невозмутимо скользит по ним?» [14, p.10]. Дж. Огола обращает внимание на то, что повторная мифологизация государственного языка с помощью политической сатиры, нарушает ли она или не нарушает заповедь, представляет собой акт критики [13]. Вступая в полемику с А. Мбембе, Дж. Огола оспаривает его аргумент о массах, которые присоединяясь «к безумию и облачаясь в дешевые имитации власти», воспроизводят «ее эпистемологию и саму власть в ее собственном неистовом стремлении к величию, делая вульгарность и правонарушения своим основным способом существования» [14, с. 13]. Дж. Огола приходит к выводу, что воспроизведение эпистемологии заповеди является на самом

деле критикой абсурдности заповеди и ее иррациональности. Подводя итог анализу кенийских новостных медиа, исследователь делает заключение о том, что в ситуации контроля государством основного традиционного медиа-пространства, осуществлении юридических и политических имитаций, альтернативные формы политического и социального сознание формируется в пространствах, не подпадающих под контроль государства, а, следовательно, не подверженные ограничению плана выражаемого. Дж. Огола считает, что кенийские средства массовой информации, используя различные популярные культурные формы, сыграли решающую роль в поддержании дискурса о политических реформах и демократическом участии.

Аспект языкового менеджмента выступает в качестве доминирующего в исследовании Инге Бринкмэн, Сири Ламоуреаукс, Даниэллы Меролла и Мирьям дэ Брюйон, которые сравнивают веб-сайты, относящиеся к различным регионам Африки и подчеркивающие этническую или региональную идентичность как политически важную [15]. Рассматриваются веб-сайты, относящиеся к марокканско-берберскому контексту (а), веб-сайты, на которых подчеркивается слово «Конго» (б) и идентичность «нубийцев» (в), веб-сайты, созданные специалистами из англоговорящего Западного Камеруна. На модели формирования идентичности и политического участия повлияла взаимосвязь между маргинальностью и мобильности.

Одним из планов анализа веб-сайтов становится соотношение «виртуального» и «реального», что, по мнению авторов, должно интерпретироваться в рамках более широких контекстов и исторических измерений. В случае с Суданом политическая деятельность и внутриэлитная борьба за власть ведутся как онлайн, так и офлайн, поскольку основные производители и спонсоры являются частью элитной группы экспатриантов. Другим элементом связей признаются «интертекстуальные» ссылки в контексте Интернета, что, особенно при ссылках на услуги YouTube, рассматривается в качестве примера «промежуточности» или «ремедиации» (рекультивации, извлечения), при которой появившееся в одних

формах преобразуется в другие. Это могут быть и вырезки из печатных журналов, и статьи из журналов, и даже целые книги. В случае с берберами более интересными в этом плане представляется интеграция устных жанров: песен и рассказов [16].

По замечанию И. Бринкмэн, С.Ламоуреаукс, Д. Меролла и М. дэ Брюйон, интернет не является стерильной, отдельной сферой – виртуальным миром, оторванным от других сфер: в нем существует множество связей, линий взаимодействия и взаимосвязок, для которых важен ‘голос’ и ‘равенство’. Однако, поскольку авторы интерпретируют веб-сайты как встроенные и взаимодействующие с офлайн-соединениями, то из этого следует, что реальные иерархии также различимы во Всемирной паутине. Проанализированные африканские веб-сайты призывают к тщательному рассмотрению часто высказываемых утверждений о том, что Интернет а) дает право голоса маргинализированному слою населения, б) позволяет осуществлять демократизацию посредством участия населения, в) предоставляет диаспоре естественное пространство для создания и увековечения виртуальной нации.

В процессе анализа веб-сайтов становится очевидным, что их создание и участие в их функционировании является преимущественно делом элиты и мужчин, в случаях интерпретирующих «свое» положение как маргинальное, чтобы заручиться политической поддержкой. Анализ всех веб-сайтов позволил сделать выводы о том, что социальные иерархии из отношений «реального мира» взаимодействуют с конструкциями веб-сайтов. Это более очевидно в случае Судана и Демократической Республики Конго/Анголы: даже наличие навыков пользования Интернетом и регулярного доступа к нему ставит его пользователей в элитную категорию. Поскольку доступ к интернет-ресурсам осуществляется через серверы в Соединенных Штатах или Европе, то их использование строго ограничено внутри страны: в основном они остаются делом диаспоры. Камерун и Марокко характеризуются большим количеством веб-сайтов, соответственно большей вовлеченностью в интернет-коммуникацию местного населения, однако общий уровень дос-

тупности требует, видимо, пересмотра понятия «популярный» в его применении к интернету.

В сфере производства на момент начала 10-ых второго тысячелетия веб-сайты оставались делом исключительно избранных, а большинство пользователей были представителями более состоятельных слоев населения с относительно высоким социальным статусом. Сложившаяся ситуация с уровнем доступности сделала веб-сайты платформой, не представляющей различные политические тенденции, а позиционирующей определенную точку зрения внутри элитарной политики: веб-сайты представляли собой демонстрационные форматы, в которых единство и чистота формируют лейтмотив представления идентичности. Наиболее яркой иллюстрацией, по мнению авторов, выступают нубийские веб-сайты: искусство, музыка, язык и дискурс на этих веб-сайтах поддерживают проект «Нубийская идентичность» и использует его как часть политической повестки дня и программы развития. В этом случае обнаруживается прямая связь между уровнями политизации и историей формирования идентичности: согласованность действий нубийцев тесно связана с политикой, виктимизацией и военными действиями, поэтому идентичность нубийцев не может не быть политически окрашенной.

В странах Магриба<sup>5</sup> прямых ссылок на политические проблемы избегают или помещают в культурный дискурс, что предполагает осуществление политики за счет культуры при отсутствии прямых ссылок на политические события. В случае берберского веб-сайта и «Конго» в 10-ые годы этого тысячелетия только упоминание катего-

<sup>5</sup> Магриб (араб. [maɣrib] — «закат, запад»; бербер. ⵜⴰⴳⴷⴰⵢⵜ Tamaɣⴷⴰ; исп. *Magreb*; фр. *Maghreb*) — название, данное средневековыми арабскими моряками, географами и историками странам Северной Африки, расположенным к западу от Египта. В регион Магриба входят Тунис, Ливия, Алжир, Марокко и Мавритания. По-арабски Северная Африка называлась «Эль-Магриб Эль-Адна», что означает «нижний запад». Во времена арабских завоеваний мусульмане покорили Испанию, которая называлась «верхним западом». Территории Туниса, восточной части Алжира и западной части Ливии во времена Арабского халифата называли словом «Ифрикия».

рий этнической идентичности представляло собой политический акт и могло быть истолковано как угроза государственной политике. Камерунские веб-сайты демонстрировали разнообразную картину: одни веб-сайты потенциально посвящались культуре и развитию, другие содержали страстные дебаты по поводу политически чувствительных вопросов. Определенную роль играли внутриэлитные дебаты и позиционирование по отношению к государству при невозможности рассмотрения «культурного» изолированно от «политического». Однако, как отмечают исследователи, «традиционная» альтернативная модель развития, основанная на местном уровне, может никогда не прижиться. Примером тому служит культура берберов.

Изображения и дискурсы на веб-сайтах Tawiza и Agraw объединяются под эгидой угрозы исчезновения берберской культурной самобытности, что требует привлечения активных усилий носителей берберского языка по всему миру. Для продвижения идеи «защиты и сохранения» на веб-сайтах используются «традиционные» изображения, но визуальное построение берберства в значительной степени сосредоточено на настоящем через публикацию фотографий и видеороликов групп поп-музыки и фестивалей. Транснациональный характер этих веб-сайтов – будь то лингвистически – укорененный в голландской диаспоре Tawiza или в английском global attire для Agraw – связан с представлением, созданием и дистрибуцией художественной, позитивно квалифицированной характеристики «быть берберами».

Подводя итог рассмотрению африканских веб-сайтов 10-ых гг. XXI века И. Бринкман, С. Ламуреаукс, Д. Меролла и М. дэ Брюйон, приходят к выводу, что Интернет, будучи новой формой африканских СМИ, оказался тесно связан с внутривосточными отношениями элит. Подчеркивается отличие веб-сайтов от других новых информационно-коммуникационных технологий, особенно небольших средств массовой информации, к которым причисляются электронная почта и мобильный телефон. Как показывает обзорный анализ афроазиатских и африканских медиа в их состоянии на начало 10-ых третьего тыся-



челетия, два основных параметра для них являются определяющими: многообразие афроазиатских языков и доступность современных медиа ограниченному числу акторов коммуникативного процесса. Это особый медийный ландшафт и особый тип потребления медийного контента, обусло-

вленные своеобразной медийной философией, которая формировалась и формируется в семантической соотнесенности с антиколониальной проблематикой, осмыслением идей справедливости и свободы, признанием приоритета культурных ценностей.

### **Библиографический список**

1. Bernal M. BLACK ATHENA. The Afroasiatic Roots of Classical Civilization Volume III The Linguistic Evidence. First published in the United States of America by Rutgers University Press, 2006 First published in Great Britain by Free Association Books, 2006.
2. Беавоги Боймасса. Средства массовой информации африканских стран: от несвободы к свободе и обратно («закон маятника» [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-massovoy-informatsii-afrikanskih-stran-ot-nesvobody-k-svobode-i-obratno-zakon-mayatnika/pdf> (Дата обращения: 17.04.2023)
3. Willems W. Convergence culture and new publics in Zimbabwe // Popular Media, Democracy and Development in Africa. Ed. by Herman Wasserman. Routledge, 2011. – pp.46-62.
4. Lerner D. and Pevsner L.W. The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East, New York: Free Press, 1958.
5. Schramm W.L. Mass Media and National Development: the Role of Information in the Developing Countries, Stanford: Stanford University Press. 1964.
6. Lerner D. and Schramm W. Communication and Change in the Developing Countries. Honolulu: Hawaii University Press. 1967.
7. Abrahamsen R. Disciplining Democracy: Development Discourse and Good Governance in Africa, London: Zed Books, 2000.
8. Berger G. 'What is community media?'. Paper delivered at Community Voices Conference, Media Institute of Southern Africa, Mangochi, Malawi, 6–11 October. 1996.
9. AMARC Africa and Panos Southern Africa. What is community radio? A resource guide, Johannesburg: AMARC Africa. 1998.
10. Wanyeki L.M. The development of community media in East and Southern Africa // S.T.K. Bofo (ed.) Promoting community media in Africa. Paris: UNESCO. 2000. – pp. 25–42.
11. Alumuku P.T. Community radio for development, Nairobi: Paulines Publications. 2007.
12. Ayedun-Aluma V. Theorizing popular community media for democracy and development // Popular Media, Democracy and Development in Africa. Ed. by Herman Wasserman. Routledge, 2011. – pp.63-74.
13. Ogola G. 'If you rattle a snake, be prepared to be bitten' Popular culture, politics and the Kenyan news media // Popular Media, Democracy and Development in Africa. Ed. by Herman Wasserman. Routledge, 2011. – pp.123-136.
14. Mbembe A. Provisional notes on the postcolony // Africa 62(1): 1992. –pp.3–37.
15. Inge Brinkman, Siri Lamoureaux, Daniela Merolla and Mirjam de Bruijn Local stories, global discussions Websites, politics and identity in African contexts // Popular Media, Democracy and Development in Africa. Ed. by Herman Wasserman. Routledge, 2011. – pp.236-252.
16. Lafkioui, M. and Merolla, D. (eds) Oralité et nouvelles dimensions de l'oralité: intersections théoriques et comparaisons des matériaux dans les études africaines, Paris: Inalco. 2008.

## РАЗДЕЛ II

---

### **МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ЯЗЫКОВОЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СРЕДАХ КОНТАК- ТИРОВАНИЯ КУЛЬТУР**

### **Section II. MEDIA EDUCATION TECHNOLOGIES, LANGUAGE MANAGEMENT IN CULTURAL CON- TACT ENVIRONMENTS**

В. М. Хегай  
Узбекский государственный университет  
мировых языков  
Узбекистан, Ташкент

## МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ

**Аннотация.** В статье рассматривается медиаобразование в качестве педагогической технологии в образовательном процессе в вузах, которая дает возможность достигать поставленной учебной цели, разнообразить формы представления информации в обучении.

**Ключевые слова:** медиаобразование, медиатекст, педагогическая технология, медиаобразовательная среда, медийная реальность.

Valentina M. Kheday  
Uzbek State University of  
World Languages  
Uzbekistan, Tashkent  
MEDIA EDUCATION TECHNOLOGIES IN HIGHER EDUCATION

**Abstract.** The article considers media education as a pedagogical technology in the educational process in universities, which makes it possible to achieve the educational goal, to diversify the forms of presenting information in education.

**Key words:** media education, media text, pedagogical technology, media educational environment, media reality.

Происходящие перемены в различных сферах развития общества требуют от системы образования нашей республики новаций в организации, формах и методах преподавания, ставят задачу активного использования в обучении и воспитании инновационных педагогических технологий. В этой связи имеет смысл рассмотреть медиаобразование в качестве педагогической технологии в вузовском обучении.

Термин и само понятие педагогической технологии попали в фокус внимания методистов и педагогов не так давно – с конца двадцатого века, когда традиционная педагогика подверглась всеобщей критике. Наиболее серьезным недостатком традиционного обучения была признана пассивность студентов на занятии и обусловленная этим низкая его эффективность. Главным показателем усвоения знаний студентами считалась их способность воспроизвести некую полученную информацию. На

уровне воспроизведения такие знания хранятся недолго, в нужный момент с трудом вспоминаются. В традиционном учебном процессе жестко регламентируется деятельность преподавателя, в меньшей степени обозначается деятельность обучаемых и планируемый результат образовательного процесса. Главным же результатом обучения, по современным представлениям, является умение воспользоваться уже имеющимися знаниями, а при их отсутствии самостоятельно принимать оптимальные решения и претворять их в предлагаемых условиях. Достижение такого результата требует применения соответствующих технологий обучения. В переводе с греческого «технология» – это «совокупность методов обработки, изготовления, изменения состояния, свойств, формы сырья, материала или полуфабриката, осуществляемых в процессе производства продукции» [1, с. 1341].



Поскольку информационно-коммуникационные технологии повсеместно вошли в нашу повседневность, медиаобразование применяется в ряду других педагогических технологий в преподавании, в том числе в вузовском. Мировое сообщество непрерывно получает огромный объем разнообразной информации: газеты, журналы, телевизионные и радиопередачи, видео- и аудиопродукция, интернет стали неотъемлемой частью любого общества. Внедрение информатизации в обучение и воспитание предполагает создание так называемой медиаобразовательной среды вследствие того, что средствами массовой информации создается особая реальность, получившая название медийной, под влиянием которой складываются представление человека об окружающем мире, его взгляды, жизненные ценности.

В «Российской педагогической энциклопедии» медиаобразование характеризуется как направление в педагогике, выступающее за изучение «закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т.д.). Основные задачи медиаобразования – подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию любой информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладеть способами общения на основе невербальных форм коммуникаций с помощью технических средств» [2, с. 555]. Российский ученый А.В. Федоров под медиаобразованием понимает «процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники» [3, с. 134-135].

Медиаобразование в качестве педагогической технологии обучает студентов уверенно пользоваться неограниченным объемом информации, используя все, что им может понадобиться. Необходимо отметить, что данная технология позволяет использовать как традиционные средства массовой информации (печать, радио, телевидение, кино и т.д.), так и новые информа-

ционные технологии, в частности, компьютерные.

Использование новейших медиатехнологий предоставляет студентам и магистрантам новые возможности, делает более разнообразным содержание обучения, методы и формы организации учебного процесса, обеспечивает необходимый научный и методический уровень преподавания. Медиаобразовательные технологии «предполагают использование печатных, телевизионных и цифровых технологий, их чередование будет иметь эффективное влияние на учебный процесс, повысит мотивацию, интерес студентов к обучению, будет побуждать к творческой деятельности. Это поможет преподавателям, которые смогут выбирать такие комбинации медиатехнологий, которые больше подходят к тому или иному занятию с учетом темы, целей, задач, средств представления материала и т.д., в подготовке и проведении занятий» [4, с. 189-193]. Огромной популярностью пользуются компьютерные обучающие программы и мультимедийные курсы, которые были успешно опробованы в дистанционном обучении студентов и в их самостоятельной работе во время ковидных ограничений.

Британский исследователь Л. Мастерман, разработавший теорию развития критического мышления, полагал, что ведущей целью медиаобразования является научить аудиторию ориентироваться в информационном потоке современного общества, анализировать и выявлять манипулятивную деятельность медиа. Необходимо изучать воздействие медиа на каждого индивида и общество в целом, развивать критическое мышление молодежи по отношению к медиатекстам [5].

Культурологическая теория медиаобразования, развиваемая в работах Э. Харта, Б. Дункана и ряда других зарубежных и российских исследователей, предусматривает обучение студентов оценке и критическому анализу медиатекстов. Если не принимать во внимание чисто литературоведческие методы и приёмы анализа текстов, то можно оценивать их по ключевым вопросам, позволяющим выявить явный и тайный смысл, возможность текста влиять на аудиторию.

Особый интерес вызывает семиотическая теория медиаобразования, в основе

которой находятся работы В. Библера, Ю. Кристевой, Ю. Лотмана, М. Ямпольского. Согласно этой теории, главной задачей медиаобразования является обучение чтению медиатекстов, пониманию языка медиа, его кодов и приёмов. В отличие от представителей культурологического подхода, семиотики утверждают, что медиа не отражают реальность, а переосмысливают её, облекая в новые формы. Привлекает внимание практическое исследование текстов рекламного характера, которые окружают нас повсюду – не только в медиапространстве, но и на улице, в транспорте, в подъезде и лифте, внедряются в сознание людей помимо их воли и желания. Владение семиотическим анализом, как отмечают представители рассматриваемого направления, позволяет легко вычленять рациональное зерно в медиатекстах.

Чрезвычайно важна практическая направленность подготовки студентов разных специальностей, однако нельзя забывать и о ценностях общечеловеческих – духовных, этических, культурных, художественных. Необходимо использовать концепцию эстетического подхода к медиаобразованию, при этом следует опираться на духовные традиции народа, что позволит противостоять чуждым идеологическим влияниям.

Идеологическая концепция медиаобразования активно развивалась начиная с 20-х годов прошлого века. Суть данного подхода заключается в целенаправленном воздействии на общественное мнение граждан в интересах определенного социального слоя, соответствующей политической системы. В настоящее время мы видим, что идеологический подход применяется с новой силой, медиа большинства стран политизированы, ангажированы и умело воздействуют на сознание людей, применяя практику двойных стандартов и различные формы манипулятивного воздействия. Произошла серьезная трансформация идеологической концепции медиаобразования, проявляющаяся в стремлении медиа вовлечь народы разных стран в мир либерально-демократических ценностей либо, наоборот, оградить от них своих граждан.

Нельзя обойти вниманием потребительскую теорию медиаобразования. Согласно теории потребления, студенты могут и должны сами выбирать виды и формы медиа в соответствии со своими потребно-

стями, желаниями, увлечениями. Данный подход очень близок экономической теории потребления, и концепции современного маркетинга, и самой экономике потребностей, модель которой получает все большее распространение в России [4].

Принципы, условия и методы инъекционного подхода к медиаобразованию в применении к российской системе обучения в высшей школе представлены в работах А.В. Федорова, А.А. Новиковой, И.В. Чельшева. Согласно авторитетным мнениям данных исследователей, негативным медиатекстам должны быть противопоставлены подлинные общемировые ценности, от защиты молодого сознания следует переходить к активному наступлению, прививать молодежь от бацилл пошлости, хамства, бескультурия, радикализма. В этом аспекте российские маркетологи, копирайтеры, специалисты по рекламе и связям с общественностью должны ещё многому поучиться у западных специалистов, чья реклама зачастую выгодно отличается от российской культурологической, эстетической, этической направленностью, нацеленностью на формирование гармоничных, высокохудожественных медиатекстов, медиаобращений [6, с. 6-10].

Таким образом, в силу отсутствия единой концепции медиаобразования, для организации успешного и эффективного медиаобразовательного процесса в высшей школе необходим синтез рассмотренных выше подходов. Процесс подготовки студентов должен включать в себя теорию и практику медиапедагогики и носить системный, комплексный, деятельностный характер. Обучение студентов необходимо строить на основе междисциплинарных связей, а практическое овладение компетенциями медиакультурной направленности должно происходить на основе идеи сквозного обучения.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что медиаобразование может успешно применяться в учебно-воспитательном процессе в вузе в качестве педагогической технологии, которая позволяет разнообразить формы подачи учебного материала, использовать компьютер для организации упражнений: учебных (представление материала), тренировочных (развитие умений и способностей), текстовых (контроль знаний). Компьютерные про-

граммы обладают возможностью моделировать ситуации, связанные с любой профессиональной деятельностью, активизировать учебную работу студентов, придать ей практическую направленность, руководить самостоятельной работой обучаемых, усилить ее эффективность, использовать

компьютерные средства справочно-информационного обеспечения учебного процесса (электронные словари, автоматические справочники), находить информацию, непосредственно касающуюся будущей профессии студентов, обучать дистанционно, осуществляя личностный подход в обучении.

### **Библиографический список**

1. Медиаобразование // Российская педагогическая энциклопедия. Т.1 / Гл. ред. В. В. Давыдов. – Москва: Большая российская энциклопедия, 1993. – С. 555.
2. Советский энциклопедический словарь. – Москва: Советская энциклопедия, 1990. – 1632 с.
3. Федоров А. В. Медиаобразование, медиаграмотность, медиакритика и медиакультура /А. В. Федоров // Высшее образование в России. – 2005. – № 6. – С. 134-135.
4. Духанина Н. М. Медиа-технология как мотивация студентов к обучению / Н. М. Духанина // Высшее образование Украины в контексте интеграции в европейское образовательное пространство: Высшее образование Украины. – Доп. 3. – Т.V. (12). – 2008. – С. 189-193.
5. Мастерман Л. Обучение языку средств массовой информации // Специалист. – 1993. – С. 22-23.
6. Фатеева, И. А. На пути к медиабезопасности (вместо предисловия) / И.А. Фатеева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 21 (312). – С. 6-10.

И. Г. Ткебучава, З. С. кизи Джумаева  
Самаркандский государственный университет  
имени Ш. Рашидова,  
Узбекистан, Самарканд

## УЗБЕКСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ УЗБЕКИСТАНА РАЗНЫХ ПЕРИОДОВ

**Аннотация.** В данной статье исследуется функционирование узбекизмов в русскоязычных газетных изданиях Узбекистана разных периодов.

**Ключевые слова:** заимствования, узбекизмы, тюркизмы, семантическая классификация, взаимообогащение.

Irina G. Tkebuchava, Zarnigor S. kizi Dzhumaeva  
Samarkand State University named after Sh. Rashidov,  
Uzbekistan, Samarkand

UZBEK BORROWINGS IN THE RUSSIAN-LANGUAGE PRESS OF  
UZBEKISTAN IN DIFFERENT PERIODS

**Abstract.** The peculiarities of the function of the Uzbek borrowings in the Russian language newspaper's texts of different periods are investigated in present article.

**Key words:** borrowings, Uzbekisms, press, activity, mutual influence.

Среди довольно значительного количества заимствований из разных языков мира в словарном составе современного русского языка занимают слова и выражения из узбекского языка (шире – тюркских языков), известная часть которых была заимствована еще во времена татаро-монгольского нашествия. Иноязычные речения (в том числе и узбекские), попадая в русский язык, постоянно ассимилируются им, приспосабливаясь к русской фонетике, словоизменениям и словообразованиям.

Начало исследования узбекских заимствований в Узбекистане было положено в 20-е – 30-е годы прошлого столетия виднейшим русским лингвистом проф. Е.Д. Поливановым и продолжено известными языковедами-тюркологами Н.А. Баскаковым, А.А. Азизовым, А.В. Миртовым, А.И. Абражеевым, И.У. Асфандияровым и некоторыми другими.

Однако несмотря на то, что эти исследования продолжают до сих пор, здесь еще не все стороны функционирования узбекизмов в устной и письменной русской речи изучены достаточно полно [1].

В данной статье нами предпринимается попытка рассмотреть этот вопрос на материале местных газетных изданий («Туркестанские ведомости», «Правда Востока», «Самаркандский вестник», «Новости Кашкадарьи»). Следует заметить, что газеты всегда играли и играют важную роль в отборе заимствований и содействуют их распространению среди русскоязычного населения. Также следует отметить, что язык газеты менее подвержен субъективному подходу, чем, например, язык художественной литературы, где отбор во многом зависит от воли автора.

В первых газетах конца XIX века «Туркестанская правда» мы встречаем уже с довольно большим количеством узбекизмов, которые носят пестрый характер. Часть из них имеет скобочный перевод: *хирман* – ток, *урок* – серп, *урокчи* – жнец, *бугдой* – пшеница и некоторые другие, а большинство без каких-либо пояснений: *арык*, *архар*, *арча*, *аксакал*, *баляндхона*, *дастархан*, *карагач*, *кошма*, *мечеть*, *мираб* и другие.

В целом, для русской периодической печати прошлых лет наиболее характерно

использование узбекизмов, которые обозначали следующие понятия (приведем их в процентном соотношении): а) реалии быта (35%): *тандыр, сандал, дастархан, курпача, кошма, чапан, хурджун, казан, пиала* и другие; б) лиц по различным признакам (25%): *ата, она, ака, бобо, уста, келин, бек, султан, дехканин, амбарчи, табиб* и другие; в) названия пищи и напитков (10%): *каурма, навот, щербет, ширчой, нишалло* и другие; г) названия животных, птиц и растений (9%): *ишак, шер, джейран, джида, кенаф, джугара, райхан, чинара* и другие; д) терминология культа (7%): *аллах, ислам, хазрет, рамазан, намаз, мечеть, ходжа, медресе, имам, суфи* и другие; е) терминология искусства (5%): *газель, хафиз, домбра, шоир* и другие; ж) названия орудий труда (2%): *омач, кетмень, укрук* и другие; з) хлопководческие термины (2%): *курак, гузапая, пахта* и другие; и) слова-приветствия, восклицания, пожелания (2%): *балле!, бисмилло!, иншала, асса-лом-алейкум, хорманг!* и другие; к) названия поселений, частей дома, водных объектов (2%): *аул, кишлак, дувал, айван, мехмонхана, арык, хауз* и другие [2].

Обилие узбекских заимствований в газетных текстах столетней давности объясняется объективными причинами: русское население Узбекистана необходимо было знакомить с понятиями местного края, обычаями и укладом жизни узбекского народа, их нравами, традициями, религией и искусством, с которыми русский человек столкнулся впервые.

В середине второй половины XX века степень активности функционирования узбекизмов в текстах периодической печати несколько спадает, некоторые заимствования здесь уже не встречаются вообще, перейдя в пассивный запас языка (это касается, прежде всего, названия лиц по социальному и индивидуальному признакам, по профессии: *басмач, паша, эфенди, арбакеш, амбарчи, мираб* и некоторые другие). Реже стали использоваться слова, обозначающие предметы быта, названия кустарных изделий, отдельных видов труда (*санда, канар, паранджа, урок, амач* и некоторые другие).

XXI век довольно сильно отличается по своим политическим, экономическим, социально-бытовым и духовным устремлениям от времени, предшествующему периоду Независимости Республики Узбекистан. Естественно, что все новые насущные понятия

требовали совершенно нового подхода к языковому материалу.

Наши наблюдения свидетельствуют, что степень активности заимствований из узбекского языка в стилистической ткани современных русскоязычных газет резко упала.

Достоинями двадцать первого столетия являются чаще всего наименования общественных организаций, различных фондов, новых политических партий Узбекистана. Сравните: *Миллий Тикланиш* (Демократическая партия), *Адолат* (Социал-демократическая партия), общественно-демократическое движение *Камолот*. К ним следует отнести и новые узбекские наименования, приобретшие широкую актуальность и частотность употребления: *Олий Мажлис* (Высший Совет – законодательный орган), *Нуроний* (республиканский фонд поддержки ветеранов), *Кенгаш* (Совет), *хаким* (губернатор) *хоким ёрдамчиси* (помощник хакима) и другие.

Другой приметой новых узбекских заимствований в русскоязычной прессе являются наименования орденов, медалей, памятных знаков. Сравните: *«Узбекистон Кахрамони»*, *«Буюк хизматлар учун»*, *«Мустакиллик»*, *«Мехнат шухрати»*, *«Дустлик»*, *«Амир Темур»*, *«Жасорат Узбекистон»*, *«Шухрат»*, *«Олтин юлдуз»*, *«Узбекистон 20 йил Мустакиллик»*, *«Узбекистон Куролли кучлари 25 йил»* [4].

Заметим, что довольно часто узбекизмы в текстах современных газет приводятся в смешанном виде: часть сложного слова или словосочетания взяты из узбекского языка, другая часть – из русского, английского, корейского и других языков. Сравните: Агентство *«Узстандарт»*, Национальная кампания *«Узбектуризм»*; учреждения, предприятия: *«Узэлтехсаноат»*, *«Узбекнефтегаз»*, *«Узагромашсервис»*, *«Узагромашхолдинг»*, *«Узавтосаноат»*, *«Узбекэнерго»*; информационные агентства: *«Uzbekistan-Today»*, *«Даракчи информсервис»*, *«Узбекистон кабель телевиденияси»* и т.п.

С большой частотностью в современных русских СМИ стал употребляться узбекизм *«махалла»*, ранее встречающегося, как правило, в устной речи. Это слово имеет два значения: орган самоуправления граждан и место проживания на определенной территории этих граждан. Заметим, что чаще всего к этому слову придается название, также



относящиеся к узбекской лексике: *махалла* «Посбони», «Гайрат», «Богдойчи», «Табасум» и многие другие.

Анализируя тексты заметок в современной русскоязычной периодической печати, замечаем, что узбекизм *дехканин*, столь часто употребляемый в газетах XX века, все реже попадает на их страницы. Лексемы *дехканин*, *дехканские* (второе слово употребляется в основном со словами *хозяйства*, *рынки*) в настоящее время почти вытеснены словами *фермер*, *фермерские*. Причем, в русской печати *дехканин* и *фермер* подаются и как абсолютные синонимы, и как разные понятия. Сравните в контекстах: «Одна из таких важных задач заключается в том, чтобы упорядочить отношения между *фермерским* (*дехканским*) хозяйством и государственными или кооперативными хозяйствами» («Правда Востока», 2 сентября 2016). «В этот радостный день мы говорим «спасибо» нашим умелым *дехканам* и *фермерам*» («Народное слово», 8 декабря 2016). «Согласно Программе решено организовать *фермерские* и *дехканские* хозяйства в засушливых районах Каракалпакстана» («Народное слово», 13 апреля 2017).

В языковой ткани русскоязычных газет Узбекистана сегодняшнего дня продолжают использоваться профессионально-терминологические узбекизмы из сферы искусства. Это наименования музыкальных инструментов Востока: *дойра*, *карнай*, *гынджак*, *дутар*, *рубоб*, *сапай*, *сурнай*, *чанг* и другие; наименования музыкантов, играющих на том или ином инструменте, образованные, как правило, на русской основе: *дутарист*, *рубобист*, *дойрист*, *сапист*, *тарист*, *кьяманчист* и другие.

Из литературной терминологии продолжают функционировать и такие узбекские вкрапления, связанные с восточной

литературой, как: *дастан*, *масаль*, *рубай*, *газели*, *бейты* и другие; наименования поэтов, певцов: *шоир*, *гафиз* (*хафиз*), *бахши*, *ашуг*.

Возрождение в XXI веке духовности и культуры народа, возвращение ему самобытности, соответствующие идеалам восточной, исламской, философии, заметно сказавшиеся на мировоззрении людей, на отношении к жизни, к религии, привело к активизации культовой терминологии: *мулла*, *имам*, *ислам*, *намаз*, *ишан*, *муфтий*, *мечеть*, *медресе*, *шариат*, *коран*. В русской печати, в связи с описанием деяний великих предков, возрождая историческую память, широко используются их имена, названия святых мест, мечетей, священных праздников: *Имам Аль-Бухари*, *Хаджи Ахмад Яссови*, *Аль Хорезми*, *Беруни*, *Ибн Сино*, *Улугбек*, *Бабур*, *Амир Темура*, *Фараби*, *Насафи*, *Рудаки* и другие; *медресе Барак-хан*, *мечеть Тилла-Шейх*, комплекс *Хазрат Имам*, *мавзолей Каффаль Шаши*, *Аль Бухари* и другие; *Рамазан*, *Курбан Хайит*, *Навруз* и т.п.

Таким образом, степень актуальности и, следовательно, активности узбекских вкраплений в русской прессе XXI века заметно отличается от частотности употребления их в текстах XX века (и особенно в его начале). Узбекизмы стали употребляться в русскоязычных текстах газет значительно реже, что можно объяснить следующими причинами. В середине – второй половине XX века узбекские заимствования уже ассимилировались в русском языке, устоялись в его словарном составе, заняв в нем прочные места. Это привело к тому, что не стало необходимости знакомить русского читателя с уже хорошо знакомыми словами и выражениями узбекского происхождения, многие из которых теперь устарели и перешли в пассивный запас языка.

### Библиографический список

1. Бакиров П.У., Уралова О.П. Толкование термина «тюркизм» // Терминология ва терминография масалалари. Сборник научных статей. Самарканд, 2011.
2. Газеты Узбекистана за 2016-2017, 2020-23 гг.: «Правда Востока», «Даракчи», «Самаркандский вестник», «Новости Кашкадарьи».
3. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. М., 1991.
4. Малиновский Е.А., Ткебучава И.Г., Раджабова З.Ч. Русский язык на современном этапе. Учебное пособие. Самарканд, 2021.

В. Р. Абдусаломова  
Самаркандского государственного Университета  
им. Шарафа Рашидова,  
Самарканд, Узбекистан

## ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ НА УЗБЕКСКИЙ ЯЗЫК

**Аннотация:** Русская фразеология, включаемая авторами-составителями в русско-узбекские лексикографические труды (как специальные, фразеологические, так и академические лексические словари), представляет собой интереснейший материал для научного изучения. Изучение русских фразеологизмов в сопоставлении с узбекскими отражает свою яркую национально-культурную специфику. Все языки имеют свои специфические черты. Национальное своеобразие каждого языка отражается в его фразеологическом фонде. В русском фразеологическом фонде, как и в узбекском, отразились многие факты и события истории каждой страны.

**Ключевые слова:** Фразеология, русские и узбекские устойчивые сочетания слов, проблема перевода.

Vazira R. Abdusalomova  
Samarkand State University named after Sharaf Rashidov,  
Uzbekista, Samarkand

### FEATURES OF THE TRANSLATION OF RUSSIAN PHRASEOLOGICAL UNITS IN UZBEK

**Abstract.** Russian phraseology, included by the authors-compilers in Russian-Uzbek lexicographic works (both special, phraseological, and academic lexical dictionaries), is an interesting material for scientific study. The study of Russian phraseological units in comparison with Uzbek reflects its vivid national and cultural specifics. All languages have their own specific features. The national identity of each language is reflected in its phraseological fund. The Russian phraseological fund, as well as the Uzbek one, reflects many facts and events in the history of each country.

**Keywords:** Phraseology, Russian and Uzbek stable combinations of words, the problem of translation.

Актуальными представляются здесь такие вопросы, как отбор из фразеологического фонда языков устойчивых словесных комплексов, их расположение в корпусе словаря, семантическое толкование, стилистическая квалификация и, что особенно важно, методы и способы их перевода на узбекский язык, где центральным является принципы раскрытия значений русских фразеологизмов с помощью средств узбекского языка.

В связи с тем, что в русской лингвистической литературе по фразеологии вопрос

об ее объеме окончательно не решен и все концепции сводятся к двум основным положениям, нам необходимо дать свое обоснование.

Как известно, узкого понимания объекта фразеологии придерживались такие крупные фразеологи, как М.М. Копыленко, В.П. Жуков, А.И. Молотков, Н.Н. Амосова и некоторые другие, а широкого – академики В.В. Виноградов, Н.М. Шанский, профессора Л.В. Архангельский, В.Н. Телия, Л.И. Ройзейзон, Р.Н. Попов, Ю.Ю. Авалиани и другие.



Анализ этих дискуссионных положений позволяет нам принять следующую дефиницию устойчивых словесных комплексов, предложенную Н.М. Шанским: «Всякое языковое образование – каким бы оно по размеру, структуре и значению не было – является фразеологизмом, если оно свёрхсловно и воспроизводимо» [1].

Исходя из этого определения, в область фразеологии должны включаться не только идиомы – высокообразные, немотивированные обороты русской речи (сапоги всмятку, ни зги не видно), но и другие разновидности воспроизводимых единиц: лексикализованные сочетания терминологического и профессионального характера (базелика полевая, оружейный запал), пословочно-поговорочный материал (погнаться за двумя зайцами; Глаз видит, да зуб неймет), крылатые фразы (А Васька слушает да ест), номинативные сочетания слов с прозрачной мотивировкой (гражданская война, биржа труда).

Этот разнообразный и богатейший материал, включаемый в русско-узбекские словари, требовал специальной разработки теории лексикографии, связанной не только с стремлением полнее отразить фразеологический состав языка, но и решить проблему отбора ФЕ, установить порядок их расположения в словаре, определить приемы толкования, дать правильные лексико-грамматические пометы, стилистическую интерпретацию и т.д.

Проф. Г.Саламов, один из исследователей переводов с русского языка на узбекский, сравнительно недавно замечал: «Проблема перевода является сейчас одной из актуальнейших в Узбекистане, в частности, и проблема перевода с русского языка на узбекский. Поэтому любая теоретическая работа, посвященная этой теме, независимо от объема, является, несомненно, вкладом в большую работу» [2].

Вместе с тем, несмотря на появление в середине XX – начала XI веков в узбекском языкознании теоретических исследований по фразеологии, в разной степени связанных с вопросами перевода (М. Абдурахимов, Р. Абдиев, И. Мирзаев, А. Нарзикулов, Б. Юлдашев, В. Кадыров, Р. Маматов, М. Розикюлова и другие), данная проблематика освящена еще недостаточно полно.

Наблюдения над фразеологическими единицами (далее – ФЕ) узбекского языка с

лексико-грамматической точки зрения позволяют признать, что они подразделены на те же разновидности, что и русские фразеологические обороты, предложенные А.И. Молотковым, Н.М. Шанским и некоторыми другими.

Сравните:

а) *именные*: Катта оғиз (букв. «большой рот») – самоуверенный человек, хвастливый; оқ қунғил (букв. «светлая, белая душа») – добрый человек;

б) *глагольные*: Кайфи учиб кетмок (букв. «настроение, удовольствие улетело») – настроение испортилось, улетучилось; боши қукка етди (букв. «голова достигла небо») – обрадоваться, быть на седьмом небе;

в) *адъективные*: Каттик қул (букв. «жесткая рука») – жестокий, строгий, требовательный; аммамнинг бузоғи (букв. «теленочек моей тети») – безвольный, мягкий, несамостоятельный и т.д. [3].

Наблюдения над переводами русских устойчивых словесных комплексов на узбекский язык позволили выделить несколько их способов.

Фразеологизмы русского языка являются идентичными узбекским устойчивым оборотам и при переводе не представляют никаких трудностей, сохраняя те же семантико-стилистические и экспрессивно-эмоциональные характеристики [4].

Сравните: *делать из мухи слона – пашшадан фил ясамок, цыплят по осени считают – жужаларни кузда санайди, пустой звук – пуч суз, сын отечества – ватан фарзанди, длинный язык – узун тил* [5].

Этот способ перевода можно назвать фразеологическим. Его разновидностью следует считать такой способ, когда фразеологизм узбекского языка верно передает содержание русского оборота, но частично отличается от него структурой, – один из компонентов не является точным аналогом (что связано с некоторыми специфическими – национальными особенностями внутренней формы слова).

Сравните: *помазанник божий – худонинг бир сояси (подше).*

В узбекском языке нет аналогичного слова русскому «помазанник» (имеющему глубокую национальную полемику), но в узбекском языке есть устойчивые словосочетания (теперь редко употребляемые) – худонинг бир сояси – тень божья.

Другой пример: *страшный суд – киемати каюм*. Эти фразеологизмы совпадают в стилистическом и семантическом плане, но расхождение наблюдается лишь в эмоционально-экспрессивной окраске – в узбекском языке она выражена несколько сильнее.

В тех случаях, когда русскому обороту нет аналогичного фразеологизма в узбекском языке, он переводится с помощью одного слова – семантического эквивалента (точно или приблизительно отражающему значение) [4].

*Сравните: Отчаянная голова – бебош (букв. «без головы»), больное место – яра (букв. «уязвимое место»), «неприятное воспоминание».*

При данном способе перевода (который может быть назван лексическим) передается смысловое содержание, но теряется его эмоционально – экспрессивные качества.

Сопоставление русских и узбекских ФЕ обнаруживает и другие возможности перевода, имеющих значение как для двуязычных словарей, так и для художественной литературы.

К ним можно отнести описательный способ, заключающийся в переводе русских фразеологизмов приблизительными по смыслу словосочетаниями или несколькими синонимичными словами.

*Сравните: чужие взгляды – бировнинг эътикодлари (букв. «чужая вера»).* В русском языке «чужие взгляды» имеют более широкую семантику, т.к. подразумевают также и чужие мнения, верования, отношения к чему или кому-либо [2]. Другие примеры: *не разгибая спины – тинмай, бош кутармасдан; принимать за чистую монету – ишониб кабул килмоқ, сузига ишонмоқ.*

Как известно, способом пополнения любого языка являются кальки и полукальки, под которым подразумевается ФЕ, появившаяся в языке в результате буквально-го, пословного перевода иноязычного устойчивого словесного комплекса (далее – УСК) [6]. Сравните, например, перевод русских крылатых фраз, принадлежащих М.Горькому, на узбекский язык: «Карета прошлого» – кадымчи карета (обозначающая старые предрассудки, порядки, времена); «Кавалер Зеленого Змия» – Кук Илон Кавалери (алкоголик) [3].

Таким образом, особенности перевода языкового материала (в данном случае русских фразеологических единиц на узбекский язык) для передачи их смысловых и стилистических характеристик, являются важными как для теории языкознания и лексикографии, так и для практики художественного перевода.

## Библиографический список

1. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. М.: ЛЕНАНД, 2015. – С.7-8.
2. Фразеологический словарь русского литературного языка. Под ред. А.Н. Тихонова, М.: «Русский язык. 2004. – С.31-32.
3. Нурманов А. Узбек тилшунослиги тарихи. Ташкент: Узбекон., 2002. С.19-22.
4. Бобоходжаева М.Х. Проблема разработки двуязычной лексикографической продукции для перевода научной литературы., Самдок., 2011. - С.2.
5. Узбекско-русский лугат. Ташкент., 2020.
6. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Книжный дом «Либроком», 2016. С.42-44.

С. Ю. Усманова, Ш. Р. Мирзаева  
Самаркандский государственный университет  
имени Ш. Рашидова  
Самарканд, Узбекистан

## ЯВЛЕНИЕ МНОГОЗНАЧНОСТИ В РУССКОМ И УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКАХ

**Аннотация.** В статье рассматривается использование слов одной и той же формы в разных значениях в различных областях, а также дифференциация значений слов, позволяющая разделить различные значения в зависимости от их внутренней взаимосвязи на определенные группы вокруг главного или ведущего значения.

**Ключевые слова:** полисемия, многозначность, русский язык, узбекский язык, лексика, дифференциация, словосочетание, прямое значение, переносное значение.

Salikha Yu. Usmanova, Shakhlo R. Mirzaeva  
Samarkand State University named after Sh. Rashidov,  
Samarkand, Uzbekistan

### THE PHENOMENON OF POLYSEMINATION IN THE RUSSIAN AND UZBEK LANGUAGES

**Abstract.** The article discusses the use of words of the same form in different meanings in different areas, as well as the differentiation of the meanings of words, which allows dividing different meanings depending on their internal relationship into certain groups around the main or leading meaning.

**Key words:** polysemy, polysemy, Russian language, Uzbek language, vocabulary, differentiation, phrase, direct meaning, figurative meaning.

Слово как элемент речи, выражающий отдельное понятие, может быть однозначным и многозначным, так как количество предметов и явлений внешней действительности, отраженных в сознании человека, неизмеримо больше, чем слов, обозначающих эти предметы и явления [1, С. 254-261].

Многозначность (полисемичность) присуща как словам, так и морфемам, она присуща также и конструктивным объектам. Многозначность характеризует подавляющее большинство слов, в чём легко можно убедиться, открыв толковый словарь любого языка [2, С. 78].

Полисемичное слово может иметь разную лексическую сочетаемость. Например, слово *низкий* в своем основном значении «малый по высоте, находящийся на небольшой высоте от земли, от какого-нибудь

уровня», имеет широкие границы лексической сочетаемости (*низкий человек, рост, гора, берег, дерево, лес, дом, забор, столб, стол, стул, мебель, шкаф, каблук*), но, выступая в значениях «плохой» или «подлый, бесчеловечный», сочетается далеко не со всеми словами, к которым подходит по смыслу (*нельзя сказать: «низкое здоровье», «низкие знания», «низкий ответ» или «низкий студент»*) [3.С.123]. Например, слово *соль* обычно относится к химическому веществу (и его различным разновидностям), которое придает вкус блюду: *поваренная соль, столовая соль (крупный вид соли), кислая соль, отложения солей*, а также *соляные копи*. В то же время слово *соль* имеет и другие значения. Например, это слово также употребляется в значении *еда, угощение: Дом, где один день отведал соль, сорок дней надо приветствовать*. В современном уз-

бекском языке слово *соль* имеет другие переносные значения, отличные от вышеперечисленных. Кроме того, слово *скатерть* (*дастархан*) также используется в нескольких значениях. Это слово, прежде всего, означает вещь, которую стелют на стол или на пол (*ткань, клеёнка*) перед подачей еды: например, *белая скатерть, синяя скатерть, клетчатая скатерть, шелковая скатерть, льняная скатерть*. Во-вторых, это слово означает еду.

Некоторые слова используются в значении, совершенно противоположном их первоначальному лексическому значению, тем не менее, существует определенная степень связи между этими различными значениями. Рассмотрим следующее предложение: *Состоялся большой вечер, посвященный жизни и творчеству академика Ойбека, который начался днем в здании союза писателей и закончился вечером в театре оперы и балета имени Навои*. В этом предложении слово «вечер» представляет значение встречи, мероприятия. Поэтому не будет считаться противоречивым, если сказать, что вечер состоялся днем.

Многие слова в языке, таким образом, имеют много значений. В узбекском языке есть слова, которые имеют по крайней мере два-три, тридцать-сорок значений, а то и больше. Поэтому возникает вопрос: как говорящие понимают друг друга, как они узнают, в каком смысле слово подходит, когда каждое слово в языке имеет настолько разнообразное значение?

Вот как лингвистическая наука отвечает на этот вопрос: контекст, сочетание слов, предложение, среда, в которой произносится речь, условия отличают одно из значений слова от другого, выдвигая его на первый план. Независимо от того, сколько значений имеет слово, во время речи, во взаимной беседе, в диалогах оно все время представляет собой определенное значение, таким образом, значения слов конкретизируются.

Поскольку полисемия отмечает взаимосвязь между различными значениями слов в рамках одного языка, это указывает на то, что предметы-явления материального бытия прочно связаны друг с другом и находят свое выражение в языке. Действительно, предметы и явления материального бытия не отделены полностью друг от друга, или мир состоит не только из суммы или

простого набора этих вещей, но и из органического единства объектов и явлений на основе определенных законов. Как невозможно отличить событие, явление или изменение, произошедшие в природе, от другого события, явления, окружающих условий, также невозможно рассматривать определенные значения многозначных слов в отрыве только от других слов, не принимая во внимание общие условия. При определении точности значения при полисемии абсолютно необходимо учитывать такие условия, как взаимосвязь слов, контекст.

Значение некоторых слов может быть раскрыто, определено только в самом простом словосочетании. Чтобы полностью раскрыть значение некоторых слов, требуется не словосочетание, а несколько предложений, даже специальные периодические обороты. Таким образом, от простых словосочетаний до структуры сложного предложения, абзац или целая глава помогают раскрыть общее и частное значения слова, самые тонкие оттенки значения. Дифференциация значений слов позволяет разделить различные значения (в зависимости от их внутренней взаимосвязи) на определенные группы вокруг главного или ведущего значения.

Например, первоначальное значение слова *бош* (в узбекском языке) – это верхняя часть туловища выше шеи. Но оно выражает разные значения в различных словосочетаниях: *начало пути, начало работы, главная задача* и так далее. Это слово также входит в состав многих фразеологизмов: *бош кўтармоқ* – приходить в движение, двигаться; *бош бўлмоқ* – руководить, занимать должность; *бош эгмоқ* – повиноваться, сдаваться; *бош-бошдоқлик* – к произволу, подобному замешательству.

Многозначность характерна не только для существительных, но и относится к другим частям речи, таким как прилагательное, глагол, числительное и так далее. Некоторые из прилагательных, особенно слова *белый, черный, красный, синий, желтый*, обозначающие цвет, также используются вместо других словосочетаний и представляют различные значения. Среди глаголов слово *ўчирмоқ* означает: 1) задуть лампу или спичку (*потушить*); побрызгать водой на огонь (*потушить*); выключить выключатель (*погасить электрическую лампочку*); 2) остановить (*погасить звук*), 3)

удалить (стереть надпись на доске, стереть букву, написанную карандашом, резинкой); 4) чертить (перечеркнуть поперх букв, написанных чернилами) [1, С. 254-261].

Явление многозначности в словах заключается в использовании определенных слов и фраз в переносном смысле, и это происходит за счет расширения значений слов. В связи с расширением представлений и концепций природных явлений, реальных объектов, установлением новой системы вместо старой социальной системы, изменением мировоззрения людей и появлением новых концепций значения слов также расширяются, и определенные слова постепенно становятся многозначными. Например, в современном узбекском языке значения слов *ватан* (родина), *озодлик* (свобода) расширились и стали многозначными словами. Например, *ватан* (родина): 1) дом, двор; 2) место, где родился и вырос человек, постоянное место жительства (деревня, город), 3) регион, край, республика; страна.

Они могут считаться словами, принадлежащими к одной группе, если существует соответствие по значению между корнем слова и новыми словами, образованными от них. Например: *йигит* – *йигитча* (молодой человек). Они принадлежат к группе существительных. Если значения и грамматические функции слов различны, они относятся к разным группам. Например: как *йигит* (существительное), *йигитча* (наречие – в значении *по-мужски*). Это разные слова – как семантически, так и грамматически.

В языке с помощью одного и того же слова выражается понятие нескольких предметов. Например: слово «тил» является членом живого существа с анатомической стороны. В то же время, в таких сочетаниях, как *ўзбек тили*, *рус тили* «тил» означает средство общения; в предложении *тил туттиб келдилар* (*поймали языка*), слово «тил» означает «*пленный*»; в словосочетании *со-*

*атнинг тили*, «тил» используется вместо русского слова *стрелка*.

Когда слова образуются как название предмета, они бывают однозначными (моносемантическими). Например, научные термины, относящиеся к конкретной науке, бывают обычно моносемантическими. Многозначные слова появляются в результате расширения диапазона значений первичных однозначных слов, их применения в переносных значениях различными способами и средствами.

Наличие в языке многозначных слов указывает на то, что между субъектом и его выражением в языке нет точного сходства. То есть предмет и слово – это не одно и то же явление, слово не отражает в полной мере все свойства предмета; слово как название предмета или процесса, признаков предмета, описывает только одну из его значимых сторон.

Понятие предмета одинаково во всем человеческом мире, оно имеет интернациональный характер. Выражение этого понятия через комплекс звуков варьируется в разных языках, данный случай носит научный характер. Если бы слово было в точности похожим или равнозначным с предметом, оно выразилось бы на языке всех народов через комплекс монотонных звуков, на языках народов всех наций и форма, и значение были бы одинаковыми. Без этого слово использовалось бы в той же функции и в том же смысле, что и предмет, не использовалось бы в переносном смысле, и также не образовывались бы многозначные слова.

В результате возникновения отдаления и разрыва между вторым или третьим значениями многозначных слов и первоначальным номинативным значением, представляющим представление о предмете, событии или процессе, возникает иная категория значений слов – явление омонимии.



### **Библиографический список**

1. Мавлонбердиева О.Э., Абдуджабборов С.А. Соотношение переносного значения прилагательного и лексико-грамматического разряда //Материалы Международной научно-методической конференции. Сер. «Электронные образовательные ресурсы МГУ им. Н.П. Огарёва». Саранск, 2021. С. 254-261.
2. Введенская, Л.А., Дыбина. Т.В., Щеболева, И.И. Современный русский литературный язык. Ростов н/Д, 1976.
3. Голуб И.Б. Литературное редактирование. М.: Логос, 2010. 432 с.



Г. К. Жайлаубаева  
Коммунальное государственное учреждение  
«Школа-лицей №3 имени Шокана Уалиханова»  
отдела образования по городу  
Усть-Каменогорску УО ВКО  
Казахстан, Усть-Каменогорск

## ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ УЧИТЕЛЯ РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЗНАНИЯ

**Аннотация.** В современной системе образования происходит много изменений: внедряются новые программы и инновации, идёт активный процесс переподготовки учителей. Сегодня учитель лишь управляет процессом обучения, направляет ученика, даёт обратную связь, отмечает прогресс каждого ребёнка. Разными приёмами, средствами учителя стимулируют мыслительную деятельность учащихся, развивают критическое мышление.

**Ключевые слова:** русский язык и литература, качество знания, инновационная деятельность

Gulzira K. Zhailubaeva  
Municipal state institution "School-Lyceum No. 3  
named after Shokan Ualikhanov" of  
the Department of Education in  
the city Ust-Kamenogorsk UO East Kazakhstan region  
Kazakhstan, Ust-Kamenogorsk

### INNOVATIVE ACTIVITY OF A TEACHER OF RUSSIAN LANGUAGE AND LITERATURE IN ORDER TO IMPROVE THE QUALITY OF KNOWLEDGE

**Abstract.** Many changes are taking place in the modern education system: new programs and innovations are being introduced, there is an active process of retraining teachers. Today, the teacher only manages the learning process, guides the student, gives feedback, notes the progress of each child. Teachers use various techniques and means to stimulate the mental activity of students, develop critical thinking.

**Keywords:** Russian language and literature, quality of knowledge, innovative activity

Работа в условиях обновленного содержания образования требует непрерывного педагогического образования. Учителя предметов гуманитарного цикла повышают свой профессиональный уровень:

- путем изучения специальной методической литературы,
- регулярного посещения семинаров,
- проведения открытых уроков для анализа коллег,

- участия в различных конкурсах, общения опыта,
- прохождения курсов повышения квалификации,
- освоение новых педагогических технологий,
- участие в работе МО.

Этот опыт находит свое практическое применение в процессе обучения русскому языку и литературе. Так как русский язык

является не только предметом изучения в школе, но и средством изучения других предметов, цель обучения этому языку по обновленной программе кардинально отличается от традиционных целей.

Новшеством является и спиральная форма обучения, предполагающая повторное рассмотрение материала, который будет усложняться на протяжении всего школьного обучения. Современный урок предполагает применение активных форм обучения, в ходе которых обучающиеся самостоятельно развивают функциональную грамотность, активно «добывают» знания, с желанием общаются с одноклассниками на предлагаемые темы, что развивает коммуникативные навыки и творческий подход к решению проблем.

Работая в классах с обновленным содержанием образования, мы должны понимать, что сегодня учитель должен быть не только источником знаний, но и активным участником учебного процесса. Вовлечь каждого ребёнка в процесс обучения, суметь выслушать его, сделать его своим ассистентом, посмотреть глазами ученика на волнующую его проблему – вот главная задача современного учителя. Также нужно суметь направить умения обучающихся в нужное русло, подсказать, как добыть знания, заинтересовать, добиться интереса к познанию. В этой связи важной является цель обучения, ведь «без существования цели невозможно, конечно, никакое целесообразное действие, но наличие этой цели никоим образом не объясняет нам еще всего процесса ее достижения в его развитии и его строения... Не может возникнуть никакой целесообразной деятельности без наличия цели и задачи, пускающей в ход этот процесс, дающей ему направление».

**Задачей современной школы является** активное использование инноваций в обучении, другими словами, инновационных методов обучения как нового оружия педагога.

С одной стороны инновации изменяют методы работы педагога, само взаимодействие, взаимоотношения преподавателя и обучающегося, с другой – инновации изменяют мышление педагога, становятся философией практической деятельности как педагога так и студента.

**Новые методы обучения** – это образно говоря «многофункциональное оружие»

педагога, требующего искусного им владения, некой философии использования, постоянного ухода за ним, и модификации.

Повышение качества, эффективности обучения прямо зависит от умелого подбора и использования разнообразных, наиболее адекватных тематике и ситуации методов обучения, а также от активизации, субъект – субъектных отношений всего учебного процесса.

Выбор методов обучения обусловлен, прежде всего, содержанием учебного материала и целями обучения.

Приучение к инновационным методам обучения, постоянное их использование, позволяет сделать открытым к новшествам мышление самих обучающихся, научить работать на опережение, поскольку эти качества являются особенностями инновационного обучения.

Сущность инноваций в обучении, самих инновационных методов обучения также определяется их динамичностью и активностью.

Особенностями инновационного обучения являются:

- работа на опережение, предвосхищение развития;
- открытость к будущему; - постоянная неуспокоенность человека;
- направленность на личность, её развитие; - обязательное присутствие элементов творчества;
- партнерский тип отношений: сотрудничество, сотворчество, взаимопомощь и др.

**Активные методы обучения** являются по существу интерактивными (от англ. Interaction – динамическое взаимодействие), поскольку из методов воздействия они перерастают в методы взаимодействия педагога и обучаемого. Активизация обучающихся позволяет формировать собственную активную позицию по отношению к знанию и процессу познания.

А это путь к развитию и реализации личности. Использование активных методов обучения в учебном процессе, оформленных в определенные временные и пространственные рамки детерминирует активные формы обучения.

Особенностями активного обучения являются:

- принудительная активизация мышления, когда обучаемый вынужден быть активным независимо от его желания;
- активность обучаемых совпадает с активностью преподавателя;
- повышенная степень мотивации, эмоциональности, творчества;
- постоянное взаимодействие преподавателя и обучаемых посредством прямых и обратных связей;
- направленность на преимущественное развитие профессиональных, интеллектуальных, поведенческих умений и навыков в сжатые сроки и др.

В основе современного образования лежит активность и преподавателя и обучающегося.

А теперь перейдем от общих методических принципов инновационного обучения к методам. При использовании инновационных технологий в обучении русскому языку могут успешно применяться **следующие приемы:**

- ассоциативный ряд;
- опорный конспект;
- инсерт (интерактивная система записи для эффективного чтения и размышления);
- мозговая атака;
- групповая дискуссия;
- кластеры;
- синквейн;
- эссе;
- ключевые термины;
- перепутанные логические цепочки;
- притчи; - дидактическая игра;
- работа с тестами;
- нетрадиционные формы домашнего задания (сочинения, сочинения - рассуждения).

Внедрение инновационных технологий - большая трудная работа. Она требует от преподавателя не только большой эрудиции, но и высокого методического уровня.

Русский язык обучающиеся часто воспринимают лишь как свод орфографических и пунктуационных правил. Поэтому задача воспитания интереса к предмету очень важна и актуальна.

Огромную роль играет развитие у обучающихся интереса к предмету. Опираясь на интересы, можно успешно раскрывать творческие способности.

В этом помогут современные технологии, которые обеспечивают активное уча-

стие на занятии каждого обучающегося, повышают авторитет знаний и индивидуальную ответственность обучающегося за результаты учебного труда. Такие занятия создают атмосферу сотрудничества и коллективизма, активизируют творческие силы, расширяют их кругозор, ставят перед ситуацией выбора принятия самостоятельного решения. Радостным, интересным, творческим и должно быть современное занятие. Для развития творческих способностей обучающихся необходимо создать ряд условий:

- организовать занятия так, чтобы они могли преодолевать трудности;
- активизировать самостоятельную работу обучающихся;

### **ИКТ - технологии на уроках русского языка и литературы:**

Современные задачи образования требуют от учителя быть постоянно готовым к самосовершенствованию, к самообразованию, уметь видеть к какому результату мы должны подвести нашего ученика, сделать для нашего ребенка окружающий мир привлекательным, уметь вдохновлять его своими идеями, учиться быть рядом и немного впереди, ведя ребенка по жизненной дороге. Все это побуждает нас предполагать, что наряду с другими, ключевыми для современного учителя компетенциями становятся важными, ключевыми ИКТ-компетентность учителя.

Информационная компетентность учителя - это широкое понятие, которое понимается как осознанное, целенаправленное, результативное применение технических знаний и умений в деятельности учителя, воспитателя, является одной из составляющей профессиональной деятельности учителя.

Сегодня деятельность учителя направлена на изучение и применение новых форм и методов обучения с использованием информационно-коммуникационных технологий.

Формирование у обучающихся прочных знаний, умений и навыков можно решить, используя возможности интерактивной доски, позволяющие сочетать различные формы, приемы обучения русскому языку.

Применение интерактивной доски позволяет сделать объяснение теоретического материала доступным, логичным, ярким, так как материал можно представить, при-

меня анимированные схемы, таблицы, иллюстрации.

Можно многократно возвращаться к изучаемому, повторяемому, теоретическому материалу.

Если ученики пропустили занятие, то у учителя появляется возможность предоставить ему материал на диске, отправить домой по Интернету, а значит, мы экономим и наше время, время учащегося на ликвидацию пробелов по изученному материалу.

Визуальная информация позволяет развивать воображение, положительные эмоции, формирует умение у учащихся анализировать, выделять главное, обобщать, лаконично излагать мысли.

Большие возможности предоставляет интерактивная доска для словарно-орфографической, орфоэпической работы. На экран демонстрируются словарные диктанты (или группа слов) для запоминания правописания. Ученики, работая над словами, должны вспомнить на какие правила записаны слова, вписать нужную букву, при необходимости объяснить лексическое значение слов.

**Электронное тестирование.** Все знают и давно убедились, что

контроль в форме электронных тестов, позволяют учителю осуществлять моментальную обратную связь с учащимися.

В любую минуту есть возможность завершить опрос, тестирование и получить

результаты: оценку, процент качества, количество правильных ответов из общего количества заданных, пройденных тестов.

Ученики имеют возможность узнать о своих ошибках, проанализировать их сразу же на уроке, обратиться к теоретическому материалу, не завершая тестирования. Получив результаты, легко можно провести поэлементный анализ учащихся, мониторинг качества по изучаемой теме, создать информационный банк о промежуточных результатах усвоения материала.

Главная задача каждого учителя – не только дать обучающимся определённую сумму знаний, но и развить у них интерес к учению, научить учиться. Активные методы обучения – это методы, которые побуждают обучающихся к активной мыслительной и практической деятельности в процессе овладения учебным материалом. Особенности активных методов обучения состоят в том, что в их основе заложено побуждение к практической и мыслительной деятельности, без которой нет движения вперед в овладении знаниями.

Активные методы обучения помогают развивать мотивацию к обучению, учиться самостоятельно добывать знания, повышают интерес к предмету, позволяют активизировать процесс развития коммуникативных навыков.

## Web-источники

<https://onlinetestpad.com/wwop2rrkytnsy>

<https://onlinetestpad.com/wwop2rrkytnsy>

<https://onlinetestpad.com/wwop2rrkytnsy>

<https://onlinetestpad.com/wwop2rrkytnsy>

Ш. М. Шукурова  
Самаркандский государственный университет  
имени Шарофа Рашидова  
Узбекистан, Самарканд

## ТРУДНОСТИ ОВЛАДЕНИЯ МЛАДШИМИ ШКОЛЬНИКАМИ ФОНЕТИЧЕСКОЙ СИСТЕМОЙ РУССКОГО ЯЗЫКА И СПОСОБЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

**Аннотация.** В статье рассматриваются основные трудности овладения учащимися начальной школы фонетической системой русского языка, а также предлагаются способы преодоления данных трудностей.

**Ключевые слова:** начальная школа, младший школьник, фонетическая система, трудности.

Shakhrizoda M. Shukurova  
Samarkand State University  
named after Sharof Rashidov  
Uzbekistan, Samarkand

DIFFICULTIES IN MASTERING THE PHONETIC SYSTEM OF THE RUSSIAN LANGUAGE BY JUNIOR SCHOOLCHILDREN AND WAYS TO OVERCOME THEM

**Abstract.** The article discusses the main difficulties in mastering the phonetic system of the Russian language by elementary school students, and also suggests ways to overcome these difficulties.

**Keywords:** elementary school, junior schoolchild, phonetic system, difficulties.

В современном мире особую актуальность приобретают коммуникативные качества. И под этим понимается не только речь и общение, но и её качественное звучание, правильное произношение звуков, слов и ударений, которые совпадают с нормами русского языка. Поэтому фонетика, на наш взгляд, является основой формирования и развития коммуникативных качеств личности.

1. С сентября 2021 года в Узбекистане начал реализовываться проект «Зур!» («Класс»). Данный проект – это совместный проект Министерства просвещения Российской Федерации и Министерства народного образования Республики Узбекистан, который реализуется при финансовой поддержке благотворительного фонда Алишера Усманова «Искусство, наука и спорт». Проект направлен на повышение качества преподавания русского языка, а также общеобразовательных предметов на русском языке в

образовательных учреждениях Республики Узбекистан. «В 2022 году реализация проекта «Класс!» («Зур!») станет ещё более масштабной и результативной! К реализации проекта будут привлечены 153 российских специалиста: 104 учителя русского языка, 35 учителей-предметников по химии, биологии, физике и математике, 14 методистов для проведения курсов повышения квалификации. В рамках проекта будет продолжена работа по созданию телевизионных дидактических материалов для школьников РУз с целью повышения эффективности овладения русским языком и школьными дисциплинами на русском языке» – отмечено на сайте <https://classzur.ru/o-proekte/> [<https://classzur.ru/o-proekte/>].

А.Н. Щукина пишет: «... звуки русского языка принято делить на три группы: 1) звуки, близкие по звучанию к звукам родного языка, 2) звуки, частично совпадаю-



щие по звучанию, и 3) звуки, отсутствующие в родном языке учащихся» [1].

Как отмечается в Программе по русскому языку как иностранному (для школ с узбекским и другими языками обучения): «Порядок расположения звуков и букв для их усвоения предусматривает чёткую последовательность в соблюдении принципа «от простого к сложному». Так, сначала даются гласные звуки а, о, у, ы, и, э (и их буквенные эквиваленты), которые легко артикулируются, а затем согласные и гласные (е, ё, ю, я). Порядок изучения согласных и гласных е, ё, ю, я диктуется последовательностью усвоения лексического материала, отобранного в соответствии с изучаемой лексической темой» [2].

Там же мы находим и требования к результатам обучения в области фонетики и орфоэпии во II-IV классах:

«– выработка в речевом потоке навыков произношения звуков (звукосочетаний), в первую очередь сходных с родным языком;

– отработка произношения русских ударных гласных (а, у, о, э, ы, и);

– выработка навыков правильного произношения безударных гласных, твердых и мягких согласных, согласных, парных по твёрдости и мягкости, звонких и глухих (звонких согласных перед глухими и в конце слов, глухих перед звонкими); стечений согласных, знаменательных слов с предлогами, произношение звука [й']; после мягких согласных (семья);

– выработка навыков правильного произношения слов на материале усваиваемой лексики;

– выработка навыков правильной постановки ударения в словах;

– выработка навыков соблюдения повествовательной, вопросительной (с вопросительным словом и без вопросительного слова), побудительной и восклицательной интонаций, а также интонации перечисления и противопоставления» [2]

При изучении фонетики, как показывает личный опыт учителя, учащиеся начальных классов могут столкнуться с такими трудностями, как:

– различение звуков и букв;

– выделение гласного/согласного, ударного/безударного гласного; мягкого/твёрдого согласного в словах и потоке речи;

– правильное произношение слов;

– овладение интонационными конструкциями русского языка (как правило, это вопросительная и побудительная интонации).

Основная задача учителя начальных классов заключается в своевременном выявлении фонетических нарушений у младших школьников и оказание им педагогической помощи в их преодолении.

Особо подчеркнем, что усвоение учащимися новых для них терминов и стоящих за ними явлений (речь, язык, слово, слог, звук, текст, буква) осуществляется на уровне первичных и общих представлений. В этом школьникам может оказать заметную помощь наглядность в виде графических схем. Например, звуковые схемы, где цвет показывает качество звука: синий – согласный твёрдый; красный – гласный; зеленый – согласный мягкий; синий+красный – слияние главного и твёрдого согласного и так далее [3].

В учебнике для 2 класса М.Х. Тохтаходжаева, В.А. Белова, Н.М. Вейнцман «Русский язык», утвержденном Министерством образования Республики Узбекистан, понятие о фонетике закрепляются и расширяются. Отдельные параграфы посвящены изучению звуков и букв, и выполнению разных упражнений. Рассматриваются гласные/согласные звуки и буквы, слоги, перенос слов и слогоделение, понятием твёрдых и мягких согласных, а также в учебнике даны представления о разделительном ь и ъ. В учебнике также даны минирисунки, наглядности, штрих-коды в соответствии с учётом возрастных особенностей учащихся [4].

С целью преодоления фонетических трудностей и фонетических умений у учащихся учитель может использовать разные способы:

– работа с чистоговорками и скороговорками:

Ба-ба-ба – у верблюда два горба.

Да-да-да – каша – лучшая еда!

Жу-жу-жу – Как-то еж пришел к жу.

За-за-за – на лугу стоит коза;

– установление количественных отношений между звуками и буквами, входящими в состав слова, как фонетическое упражнение.

Прочитайте слова и скажите, сколько букв и звуков в каждом слове. Объясните,



почему в одних словах букв больше, чем звуков, а в других меньше?

*Край, стол, сталь, краями, семья, мой, моя, касса, торт, семя, сильный, смелые, пенка, приехать;*

– для отработки навыка слогаделения на начальном этапе обучения мы можем использовать упражнение «Делим по хлопку» с подачей образца, т.е. раздели слова на слоги. **Образец: ма-га-зин.** Слова: утро, торт, труба, крот, работа, прыгуны, галстук, спорт, выставка, ураган, сосны, лисица, лист, волк, дубок, ствол, брусника, тропы, боль, туманы;

– имитационные упражнения в произношении интонационных конструкций.

Произнесите предложение «Клубника – очень вкусная ягода» с ударением на каждом слове (обязательна демонстрация учителем).

Таким образом,

– предлагаемый в учебнике набор упражнений недостаточен для формирования

фонетических умений, и педагог может включать дополнительно в учебное занятие различные задания, направленные на их формирование и развитие;

– к основным трудностям освоения младшими школьниками фонетической системы русского языка можно отнести: различение звуков и букв; выделение гласного/согласного, ударного/безударного гласного; мягкого/твёрдого согласного в потоке речи; правильное произношение слов; овладение интонационными конструкциями русского языка (как правило, это вопросительная и побудительная интонации);

– анализ практики показывает, что чистоговорки и скороговорки, фонетические упражнения и имитационные игры способствуют совершенствованию фонетических умений младших школьников и, следовательно, развитию коммуникативных навыков ребенка.

### Библиографический список

1. Шукин, А.Н. Практическая методика обучения русскому языку как иностранному. М. «Флинта», 2020.
2. Программа по русскому языку как иностранному (для школ с узбекским и другими языками обучения). Ташкент, 2020. – С. 4-7
3. Львов, М.Р., Горецкий, В.Г., Сосновская О.В. Методика преподавания русского языка в начальных классах. М.: Издательский центр «Академия», 2007. 464 с.
4. Тохтаходжаева, М.Х. и др. Русский язык: Учебник для 2 кл. школ общ. сред. образ. с рус. яз. обучения / М.Х. Тохтаходжаева, В.А. Белова, Н.М. Вейцман. Т.: ИПТД «Узбекистан», 2018. 144 с.

## Раздел III

---

### **КУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ, КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ, ТЕРРИТОРИАЛЬ- НЫЕ АСПЕКТЫ РАССМОТРЕНИЯ**

### **Section III. CULTURAL CAPITAL: FUNCTIONAL, CULTURAL-HISTORICAL, TERRITORIAL ASPECTS OF CONSIDERATION**

Ш. Н. Турсунова

Узбекский государственный университет мировых языков

Узбекистан, Ташкент

## РОЛЬ КУЛЬТУРНОГО КАПИТАЛА В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ<sup>6</sup>

**Аннотация.** В статье рассматриваются способы для изучения иностранного языка, пути развития культурного капитала, также важность семьи в обучении неродного языка.

**Ключевые слова:** культура, капитал, культурный капитал, талант.

Shakhnoza N. Tursunova

*Uzbek State University of World Languages*

*Uzbekistan, Tashkent*

THE ROLE OF CULTURAL CAPITAL IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES

**Abstract.** The article discusses ways to learn a foreign language, ways to develop cultural capital, as well as the importance of the family in teaching a non-native language.

**Keywords:** culture, capital, cultural capital, talent.

---

<sup>6</sup> Научный руководитель - Ш. М. Султонова, Узбекский государственный университет мировых языков, завкафедрой русского языка и методики преподавания, д.фил.н., доцент.

Чтобы понять, какова роль культурного капитала в обучении иностранным языкам, нам в первую очередь следует рассмотреть значение нескольких слов. Что такое культура и капитал? Культура, -ы, ж. 1. Совокупность достижений человечества в производственном, общественном и умственном отношении. *История культуры. К. древних греков.* 2. То же, что культурность. *Человек высокой культуры.* 3. Разведение, выращивание какого-нибудь растения или животного (спец.). *К. льна. К. шелкопряда.* 4. Разводимое растение, бактерии, выращенные в лаборатории и т. п. (спец.). *Технические культуры. К. органической ткани.* 5. Высокий уровень чего-нибудь, высокое развитие, умение. *К. производства. К. голоса у певцов. Физическая к. К. речи* [Ожегов С. И., 2008, с. 399]. Капитал, -а, м. 1. Стоимость, являющаяся средством получения добавочной стоимости путём эксплуатации наёмного труда. *Промышленный к. Финансовый к. Переменный к. Страны ~а (~истические).* 2. обычно мн. ч. Деньги, большая сумма денег (разг.). *Купил бы, да ~ов не хватает. Нажить, потерять политический к.* (перен.: об авторитете, влиянии в политических делах, обычно применительно к политическим дельцам) [1, с. 341].

Разобравшись в основных понятиях, мы далее будем говорить о мире, в котором живём. Мир, окружающий нас, формирует наше мировоззрение, далее мы развёртываемся в деятельность и материализуем результаты. Один из самых известных современных мыслителей, французский философ и социолог, Пьер Бурдьё создал сильную концепцию семейства капиталов, которая очень помогает в «разбирательстве» культуры и логики социальных взаимодействий. В его теории выделяется три основных типа капитала: экономический, культурный и социальный [2, с. 18]. **Экономический** капитал проявляется в форме денег и прав собственности; **культурный** – это объём знаний, навыков и представлений (в виде понимания и внутренних аргументаций), который удалось наработать в течение жизни; а **социальный** образуется за счет связей, статуса и влияния. Все типы капитала воздействуют друг на друга и могут преобразоваться, при определенных условиях, один в другой (как на общественном уровне, так и на личном). Из трёх типов капитала культурный важен тем, что его

можно сделать только самостоятельно. «Подобно наращиванию физической мускулатуры или приобретению загара, это невозможно сделать через вторые руки» – так объяснял Бурдьё. Однако характер приобретения может быть осознанным и неосознанным: в семьях, где уже имеется большой культурный капитал, ребенок начнёт его усваивать намного раньше, чем в семье, которая не обладает данным капиталом, отсюда и вытекает скрытая форма передачи культурного капитала по наследству.

В обучении иностранным языкам роль семьи велика. Ведь члены семьи поддерживают обучающегося тем, что они сами будут участвовать в экономической «гонке», а у обучающегося столько свободного времени, чтобы заниматься наработкой своего культурного капитала.

Но есть разные семьи, и каждая семья по-разному понимает изучение иностранных языков. Семьи, где родители имеют высшее образование, которые неоднократно побывали в заграничных поездках и профессиональная деятельность которых тем или иным образом связана со знанием иностранных языков, считают, что важно изучать ребёнку иностранные языки. Родители, чья трудовая деятельность не связана с другими языками, придерживаются мнению, что неважно знание иностранных языков. Есть и такие семьи, что не думали об этом вопросе. Таким образом, наибольшие инвестиции в овладение иноязычной компетенцией склонны делать те родители, которые рассматривают ее как часть культурного капитала, который будет способствовать успешной профессиональной социализации их детей в будущем.

Если представить наш разум по аналогии, как телефон последнего выпуска, то мозг – это карта памяти, а культурный капитал (знания, навыки и установки) – это операционная система, набор программ и приложений. Телефон будет тем лучше, чем мощнее его карта памяти и, чем круче набор и уровень программ и приложений в операционной системе. С человеческим разумом тоже самое. Но есть одно ключевое отличие: в технике обновление никак не влияют на карту памяти – какая есть, такой и остаётся. А вот в нашей голове всё по-другому: развитие культурного капитала напрямую влияет на анатомию мозга. Под воздействием научения, искусства, научных

и культурных практик происходит физическое образование новых нейронных связей и функциональных систем их взаимодействия.

Итак, мы должны развивать в себе культурный капитал, который «добывает-

ся» из искусства, живописи, музыки, литературы, ибо на них крепко будет построен фундамент иноязычного языка. Именно творческая деятельность будет развивать некий талант к изучению языков, который не зависит порою от интеллекта.

### **Библиографический список**

1. Словарь русского языка: Ок. 53 000 слов / С. И. Ожегов; Под общ. ред. Проф. Л. И. Скворцова. – 24-е изд., исп. – М.: ООО «Издательство Оникс»: ООО «Издательство «Мир и Образование», 2008. – 399 с.
2. Bourdieu P. The Forms of Capital // Education: Culture, Economy and Society / A. Halsey, H. Lauder, P. Brown, A.S. Wells. Oxford, 1997.

Хэ Ицун  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## УКРЕПЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО И КУЛЬТУРНОГО КАПИТАЛА В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ С ПОМОЩЬЮ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ<sup>7</sup>

**Аннотация.** Цель данной работы – проанализировать человеческий и культурный капитал, передаваемый современными коммуникационными технологиями через определение и развитие коммуникации. В ней рассматривается, как технология и культура могут быть идеально объединены в процессе изучения иностранных языков для достижения усиления человеческого и культурного капитала.

**Ключевые слова:** коммуникация, современные коммуникационные технологии, изучение иностранных языков, человеческий и культурный капитал.

He Yicong  
Altai State University  
Russia, Barnaul

### STRENGTHENING HUMAN AND CULTURAL CAPITAL IN LEARNING FOREIGN LANGUAGES WITH THE HELP OF MODERN COMMUNICATION TECHNOLOGIES

**Abstract.** The purpose of this paper is to analyze the human and cultural capital conveyed by modern communication technologies through the definition and development of communication. It examines how technology and culture can be ideally combined in the process of learning a foreign language to achieve the enhancement of human and cultural capital.

**Key words:** communication, modern communication technologies, foreign language learning, human and cultural capital.

---

<sup>7</sup> Научный руководитель – Халина Наталья Васильевна доктор филол. наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью, Алтайский государственный университет



Люди создали язык. Устный язык, как основной инструмент распространения информации, облегчает взаимный обмен и общение [1, с.17]. Язык представляется внешним выражением духа нации; язык нации - это дух нации, а дух нации - это язык нации. Эти два понятия более идентичны, чем можно себе представить. Различия в структуре человеческих языков обусловлены присущими каждому народу различиями в духовной идентичности. [1, с.52-53] В век все более совершенных технологий Интернет проложил мосты для общения людей по всему миру. Современные коммуникационные технологии расширяют духовное жизненное пространство людей, выражая их мысли с помощью технологий. Развитие современных коммуникаций должно проникнуть в суть человеческого и культурного духа и уловить культурный подтекст, стоящий за технологиями.

Коммуникация - это процесс, в ходе которого происходит обмен информацией между передатчиком и получателем. [2, с.36] Коммуникация прошла пять этапов: век устной коммуникации, век письменной коммуникации, век печатной коммуникации, век электронной коммуникации и век онлайн-коммуникации. В середине 1990-х годов Интернет быстро развивался и стал самой большой и популярной компьютерной информационной сетью в мире. [2, с.32]

В 21 веке Интернет стремительно развивается, люди делятся и обмениваются информацией через приложения социальных сетей, видеоприложения и сайты поиска информации, такие как Twitter, WeChat, Wikipedia и YouTube. По данным Ванъи (NetEase), к январю 2022 года число пользователей Интернета во всем мире достигнет 4,95 миллиарда человек. Пользователи в возрастной группе 16-24 года проводят в Интернете в среднем больше всего времени в день (8 часов 18 минут для мужчин и 7 часов 51 минуту для женщин). Пользователи используют Интернет для поиска информации, общения с семьей и друзьями, следят за новостями и событиями, смотрят видео, телепередачи и фильмы и т.д. [3]

WeChat, QQ, Sina Weibo, Xiaohongshu и Zhihu заняли первые 10 мест в рейтинге ежемесячного активного объема в категории коммуникационных и социальных приложений Китая в 2022 году. Среди них WeChat имеет более 1 миллиарда ежеме-

сячных активностей, QQ - более 700 миллионов, Sina Weibo - более 300 миллионов и Xiaohongshu - более 170 миллионов.

В настоящее время на таких платформах, как китайский тик-ток, Xiaohongshu и WeChat, есть видео на русском языке, например, клипы из российских телесериалов, российские новости и т.д. Люди, изучающие русский язык, в основном используют эти видео для тренировки разговорной речи и изучения местных и аутентичных разговорных выражений. Когда появилась платформа тик-ток, люди в основном использовали ее для записи своей жизни. Это платформа, где люди из разных регионов могут увидеть красоту разных регионов и узнать об этнической принадлежности и обычаях региона. На Bilibili также есть создатели, которые объединяют происхождение и употребление фразеологизмов и интерпретируют истории в видео, что способствует лучшему пониманию и запоминанию зрителями русской фразеологии.

Сказки - прекрасный учебный материал, в котором часто используются олицетворение, метафоры и др. Эти риторические приемы часто встречаются студентам при изучении иностранного языка. Во-вторых, мы упоминаем разделение предложений. Само слово носит отпечаток грамматики. Это помогает изучающим иностранный язык понять падежи в русском языке и разделить субъекты, предикаты и т.д.

Сочетание современных средств коммуникации и современных методов обучения в процессе преподавания иностранного языка, объединение текста, изображений и аудиовизуальных средств для того, чтобы сделать содержание наглядным и выразительным, помогает повысить интерес учащихся к обучению. Кроме того, платформы социальных сетей и видеоприложения сами по себе выступают в качестве средства распространения информации, а в современном мире прекрасный и уникальный творческий контент с большей вероятностью привлечет аудиторию.

Алтайская сказка «Лягушка и муравей», воспроизведенная на Bilibili, рассказывает на русском языке с русскими субтитрами, что делает ее сложной для начинающих изучать русский язык. Если видеоролик со сказкой показать с китайскими объяснениями некоторых слов рядом, понимание видеоролика зрителем значительно улуч-

шится благодаря привлекательному сюжету, который является отражением распространения языка в плане словарного запаса.

Однажды один автор снял короткое видео о посещении торгового центра. Основным языком в ролике был китайский, а когда произносилось предложение, слова, часто используемые в жизни, но которые могут быть незнакомы, выделялись в ролике и писались по-русски. Например, я сегодня ходил в торговый центр,商场(shang chang)- по-русски торговый центр. Этот графический формат завоевал множество зрителей.

Язык и культура являются средством, с помощью которого происходит сближение

людей во всем мире и укрепляется дружба между народами. Люди со всего мира, представители разных национальностей и стран, говорят и передают свою культуру на родном языке, что способствует расширению знаний о традиционных культурах и пониманию различных культур, а также развитию культурного разнообразия. Современные коммуникационные технологии объединяют технологический и культурный подтекст и выполняют ценностно-ориентированную функцию, что способствует развитию человеческого и культурного образования.

### Библиографический список

1. 威廉·冯·洪堡特, 论人类语言结构的差异及其对人类精神发展的影响, - 北京: 商务印书馆, 1999, 17-53页。

Вильгельм фон Гумбольдт. О различиях в структуре человеческого языка и их влиянии на духовное развитие человека. - Пекин.: Коммерческое издательство, 1999. С.17-53.

2. 孙庚, 传播学概论, -北京: 中国人民大学出版社, 2018, 32-36页。

Сунь Ген. Введение в коммуникационные исследования. - Пекин.: Издательство Китайского народного университета, 2018. С.32-36.

3. 2022年全球及各个国家、地区互联网用户数量, 互联网用户占比分析, 网易, <https://www.163.com/dy/article/H8PHCLFK055360U6.html>

Количество пользователей Интернета в мире и по странам и регионам, анализ доли пользователей Интернета в 2022 году. [Электронный ресурс]. - Ваньи. - Режим доступа: <https://www.163.com/dy/article/H8PHCLFK055360U6.html>, свободный.

С. В. Шелкова  
Краснодарский государственный университет  
Россия, Краснодар

## ЯЗЫК КАК ОТРАЖЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО И КУЛЬТУРНОГО КАПИТАЛА В ЭПОХУ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ В АНГЛИИ

**Аннотация.** В статье рассматривается эпоха перехода к капитализму в Англии. Дается описание периода промышленной революции и его основные характеристики. Язык рассматривается как способ отражения духа нации. Весь спектр языковых изменений в языке отражает его стремление к индивидуализму и значимости личного пространства.

**Ключевые слова:** Промышленная революция, история языка, индивидуализм, Новое время.

Svetlana V. Shelkova  
Krasnodar State University  
Russia, Krasnodar

### LANGUAGE AS A REFLECTION OF HUMAN AND CULTURAL CAPITAL IN THE ERA OF THE INDUSTRIAL REVOLUTION IN ENGLAND

**Abstract:** The article examines the era of transition to capitalism in England. The description of the period of the industrial revolution and its main characteristics is given. Language is considered as a way of reflecting the spirit of the nation. The whole range of linguistic changes in the language reflects his desire for individualism and the importance of personal space.

**Keywords:** Industrial Revolution, history of language, individualism, Modern times.

Кажущаяся историческая хаосность языка в диахронии преобразуется посредством описания или деления поступательного развития посредством этапов становления. Принятая система актуализации истории английского языка на древнеанглийский (OE), среднеанглийский (ME) и новоанглийский (NE) отражает традиционную классификацию развития общества на периоды, а именно: античность, Средневековье, Новое время. Соответственно, древнеанглийский и среднеанглийский периоды соответствуют эпохе Средневековья, с его христианским теоцентризмом, формированием английской народности. В эпоху Средневековья в Англии происходят различные события: захват германскими племенами (англами, саксами, ютами) (V в), Скандинавское нашествие (VIII-XI вв), Нормандское завоевание (1066) [1, 2, 3, 4, 5]

Эпоха Нового времени начинается с Английской буржуазной революции 1640-1653 годов. Чуть позже, не сразу в стране происходит Промышленная революция в период Нового времени, характеризующаяся индустриализацией общества, ростом экономических контактов и связей [6, 7]. Процесс становления капитализма происходил медленно и постепенно, начиная с конца XVII столетия. Переход от натурального хозяйства на индустриальные рельсы произошел за несколько поколений. Англия была пионером в событии с утверждением протестантской морали. В период Нового времени произошло изменение философского естественно-научного мировоззрения от средневекового теоцентризма к гелиоцентризму в эпоху Возрождения, сначала с доминированием гуманизма в антропологии, потом антропоцентризма. Человек, его субъект-

ность стали в центре мироздания. Становление национальных государств определило появление наций.

Становление и развитие языка является отражением особенностей развития общества. Древнеанглийский период является периодом полных окончаний, согласно теории Г. Суита. Среднеанглийский период характеризуются выравниванием окончаний, новоанглийский период является, соответственно, периодом исчезновения окончаний. В период Промышленной революции складывается национальный литературный язык с центром в Лондоне. Изначально древнеанглийские диалекты заменяются с течением времени Лондонским диалектом в силу выделения Лондона как центробиразующегося городского поселения региона, а затем страны.

Эпоха промышленной революции оказалась революционным периодом не только для

смены формаций от феодализма к капитализму. Являясь отражением мира, язык явился ярким сгустком изменений, произошедших в период перехода к Новому времени на всех уровнях системы.

Качественные и количественные изменения затронули гласные и согласные звуки. Так, актуализация Великого перебоя гласных явилась настолько значимым событием в истории фонетики английского языка, что привело к изменению типологии английского языка [8, с. 155]. Средневековое господство французского языка знати с последним ударным слогом со временем трансформировалось. Передвижение ударения с конечного слога на корневой сопровождалось стяжением и усечением окончаний в Новое время в английском языке. Все долгие гласные в ударных позициях подверглись качественным изменениям. Сказанное представлено в таблице 1.

Таблица № 1

### Великий перебой гласных

ME sound	NE sound	ME examples	NE examples
[i:]	[ai]	pine ['pi:nə] climben ['cli:mbən]	pine climb
[ε:]	[i:]	stelen ['stɛ:lən] sea [sɛ:]	steal sea
[e:]	[i:]	knelen ['kne:lən] preest [pre:st]	kneel priest
[a:]	[ei]	baken ['ba:kən] cake ['ka:kə]	bake cake
[ɔ:]	[ou]	hope ['hɔ:pə] ook [ɔ:k]	hope oak
[o:]	[u:]	cool [ko:l] tool [to:l]	cool tool
[u:]	[au]	cloud [klu:d] cow ['ku:]	cloud cow
[au]	[ɔ:]	cause ['kauz(ə)] lawe ['lauə]	cause law

Значительные изменения в правописании английского языка произошли в Средневековье под влиянием французского языка. Введение книгопечатания в 1575 году явилось одним из событий, приведших к нормализации орфографии, а усиление Лондонского диалекта способствовало формированию национального литературного языка.

Эволюция грамматических категорий лексико-грамматических классов слов имеет определенные особенности и непосредственно связана с качественными и количественными изменениями английских звуков. Собственно изменения сопровождались общим упрощением морфологии в силу сокращения окончаний под влиянием фонетического стяжения конечных слогов и появлением аналитических форм. Одним

из самых продуктивных способов словообразования становится конверсия.

Так, у существительных исчезли системы склонения в соответствии с родами. Да и категория рода претерпевает значительные изменения, утратив свой грамматический статус. Сохранение категории числа существительных объясняется объективным характером категории. Количество падежей сократилось до двух (именительный и притяжательный).

Общая тенденция развития личных местоимений привела к морфологическому упрощению форм. В конце среднеанглийского периода исчезло двойственное число, появились притяжательные и возвратные местоимения, которые получили дальнейшее развитие своих форм. Исчезло неопределенное местоимение 'man'. Стоит выделить особое явление – завершение формирования категории определенности-неопределенности и появления определенного и неопределенного артикля.

Наибольшему упрощению подверглись имена прилагательные, утратившие все зависимые категории. Сохранилась единственная специфическая категория степеней сравнения. Однако и здесь используется частично аналитический способ образования форм. В силу стяжения конечных форм прилагательные теряют согласование в роде, числе и падеже с именем существительным.

Общее упрощение глагольных форм также происходило под влиянием фонетического стяжения финальных слогов. Так, формальные различия грамматических форм числа практически исчезли. Выделяется окончание -es в третьем лице единственного числа настоящего времени. Сказанные изменения происходили в период сокращения классов глаголов, окончаний и упадка германской системы аблаута. Следует отметить, что категория времени одна из основных у глагола, существовала с момента зарождения древнеанглийского языка. Бинарная оппозиция настоящее время: прошедшее время претерпевала изменения. В 1653 официально введены правила касательно shall и will для образования будущего. Синтетизм заменялся аналитизмом временных форм, наклонений. В XVII веке впервые появляется конструкция 'to be going to' для выражения ближайшего запланированного будущего. Аисторизм и цик-

личность восприятия времени со временем трансформировались в линейность в период, непосредственно предшествовавший эпохе Промышленной революции. В начале новоанглийского периода появилась еще одна аналитическая форма, которая не была связана с какими-либо новыми грамматическими значениями: вопросительные и отрицательные формы настоящего и прошедшего времени изъявительного наклонения были построены с помощью вспомогательного глагола do.

В среднеанглийский период появилась категория залога (существовала свободная фраза: beon/weorthan + причастие прошедшего времени переходного глагола в ОЕ). Weorthan затем вышел из употребления. Глагол beon постепенно превратился в чисто вспомогательный глагол, и вместе с причастием прошедшего времени возникла аналитическая форма глагола, обозначающая действие, совершаемое над субъектом предложения. Новые страдательные формы имели регулярное средство обозначения: исполнителя действия или инструмента, с помощью которого оно было совершено, использовались два предлога – by и with. В Новое время появились новые типы пассивных конструкций, подлежащее которых соответствовало косвенному и предложному объекту, что являлось отражением антропоцентризма эпохи.

Категория временной отнесенности произошла от словосочетания habban + причастия прошедшего времени. В ОЕ у глагола habban иногда был прямой объект, за которым следовало причастие прошедшего времени переходного глагола. Причастие прошедшего времени, имеющее функцию предикативного прилагательного, согласовывалось по роду, числу и падежу с прямым объектом. Первоначальное значение глагола habban было ослаблено, и фраза практически выражала действие, завершённое до определенного времени. В период ОЕ глагол habban утратил свое лексическое значение и превратился во вспомогательный. Причастие прошедшего времени утратило свои формы согласования с объектом и синтаксически сразу же стало связано с глаголом habban, превратившись в аналитическую форму. Перфектные формы настоящего и прошедшего времени входили в употребление. Форма будущего перфектного, перфектного пассива и форм совершенного



длительного времени формировались в Новое время.

Категория вида в современном английском языке представляет оппозицию длительный::недлительный. Формы появились в конце среднеанглийского периода. Форма выражения длительности восходит к свободной фразе ОЕ: *beon/wesan* + причастие настоящего времени. Другим словосочетанием, которое могло быть источником формирования длительной формы, было: *beon/wesan* + отглагольное существительное. Длительное время является актуализацией временной значимости «здесь и сейчас».

Развитие синтаксической структуры сложилось под влиянием формирования аналитических форм. Структура простого предложения стала более упорядоченной (прямой порядок слов с отсутствием двойного отрицания), более единообразной, а использование предлогов и союзов шире. В то же время она усложнилось, поскольку предложение в новоанглийский период включает в себя более протяженные и сложные части: более длинные атрибутивные

группы, разнообразные подлежащие и сказуемые и многочисленные предикативные конструкции. Сложносочиненное предложение приобрело упорядоченную последовательность предложений. Развитие сложноподчиненных предложений проявилось в использовании придаточных предложений и последовательности времен в придаточных предложениях.

Подведем итог сказанному. Язык этноса отражает социокультурное развитие общества. В эпоху Промышленной революции английский язык претерпевал грандиозные изменения, отражающие общие характеристики эпохи – антропоцентризм, индивидуализм, индустриализацию, утверждение протестантской морали, появление национального государства. Английский язык из языка бытийности потихоньку превращался в язык обладания и желания, с появлением категории вида со значимостью здесь и сейчас, временной отнесенности, будущего времени, местоимения I с заглавной буквы, как центрального отражения доминирующего индивидуализма.

### Библиографический список

1. Смирницкий А.И. История английского языка: (средний и новый период) : курс лекций / А.И. Смирницкий. — М.: Изд-во МГУ, 1965. — 86 с.
2. Ильиш Б.А. История английского языка: учебник для студентов факультетов иностранных языков / Б. А. Ильиш; под ред. Н. Н. Тихонова. — Л.: Просвещение, 1972. — 351 с.
3. Аракин В.Д. История английского языка: учебное пособие для студентов вузов / В. Д. Аракин; под ред. М. Д. Резвевой. — Изд. 3-е, испр. — М.: ФИЗМАТЛИТ, 2011. — 303 с.
4. Иванова И.П. и др. История английского языка: учебник, хрестоматия, словарь / И. П. Иванова и др.; ред. К. Б. Васильев. — Изд. 3-е, перераб. — СПб.: Авалон: Азбука-классика, 2006. — 558 с.
5. Расторгуева Т.А. История английского языка: учебник [для студентов вузов] / Т. А. Расторгуева. — 2-е изд., стер. — М.: Астрель: АСТ, 2005. — 350 с.
6. Ерофеев Н. А. Промышленная революция в Англии. М., 1963.
7. Тойнби А. Промышленный переворот в Англии в XVIII столетии. – М.: Книжный дом «Либроком», 2011. – 352 с.
8. Аракин В.Д. Отпадение конечного [э] и изменение типологии английского языка // Теория языка. Англистика. Кельтология. –М.: Наука, 1976. – С. 155-163.



М.Р. Москаленко  
Удмуртский государственный университет,  
филиал в г. Нижняя Тура  
Россия, Нижняя Тура

## ВОПРОСЫ ИЗУЧЕНИЯ СО СТУДЕНТАМИ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ ОБЩЕСТВА В КОНТЕКСТЕ КОНТАКТИРОВАНИЯ РАЗЛИЧНЫХ КУЛЬТУР

**Аннотация.** Приобщение молодежи к лучшим традициям национальной культуры является тем фундаментом, на котором воспитываются патриотизм и гражданственность. Особенно это важно в современную эпоху глобализации. Определенные слои студенческой молодежи находятся под сильным влиянием вестернизированной массовой культуры, формирующей индивидуалистическое мировоззрение и задающей восприятие ценностей и образа жизни стран Запада (прежде всего, США) как эталонное. Это ведет к отчуждению от отечественной культурно-исторической традиции и создает почву для ценностных расколов в обществе. В работе рассматриваются вопросы объяснения учащимся процессов вестернизации, их влияния на национальную культуру и приобщения молодежи к культурно-исторической памяти общества.

**Ключевые слова:** культурно-историческая память, социальная безопасность, обучение студентов вузов

Maksim R. Moskalenko  
Branch of Udmurt State University in  
Nizhnyaya Tura  
Russia, Nizhnyaya Tura

## ISSUES OF STUDYING THE CULTURAL AND HISTORICAL MEMORY OF SOCIETY WITH STUDENTS IN THE CONTEXT OF CONTACTING DIFFERENT CULTURES

**Abstract.** Introducing young people to the best traditions of national culture is the foundation on which patriotism and citizenship are brought up. This is especially important in the modern era of globalization. Certain sections of student youth are strongly influenced by Westernized mass culture, which forms an individualistic worldview and sets the perception of the values and lifestyle of Western countries (primarily the United States) as a reference. This leads to alienation from the national cultural and historical tradition and creates the ground for value splits in society. The paper deals with the issues of explaining to students the processes of westernization, their influence on the national culture and introducing young people to the cultural and historical memory of society.

**Key words:** cultural and historical memory, social security, education of university students

Передача культурно-исторической памяти общества из поколения в поколение является сложным, многоаспектным социальным механизмом, обеспечивающим интеграцию социума. Приобщение молодежи к лучшим традициям национальной культуры является тем фундаментом, на котором воспитываются патриотизм и гражданственность.

По сравнению с предшествующими эпохами, в современном информационном обществе происходит значительное изменение механизмов передачи культурно-исторической памяти. В традиционном и индустриальном обществе человек гораздо отчетливее чувствовал взаимосвязь поколений, воспринимая себя продолжателем традиций своей семьи и социума. Это формировало чувство ответственности, социальную зрелость, нацеленность на создание семьи и продолжение рода, готовность к упорному труду и жизненным испытаниям. В настоящее время «массовая» культура унифицирует вкусы и запросы людей, нацеливает на удовлетворение сиюминутных потребностей. Широкий потребительский выбор и доступность жизненных благ становятся важнейшими целями жизни для определенных социальных групп. Это значительно снижает способность индивида к исторической рефлексии, т.к. его жизненные ценности и стереотипы поведения существенно отличаются от тех, что были у прошлых поколений.

Знание и понимание специфики влияния культурно-исторической памяти на особенности взаимодействия различных культур очень важно, прежде всего, для студентов, чья будущая профессиональная деятельность предполагает активную общественную работу: PR и медиаспециалистов, управленцев, педагогов и т.д. Без всестороннего анализа данного феномена сложно понимать взаимодействие между различными социальными группами в обществе.

Исторических примеров, когда те или иные политические деятели и реформаторы не учитывали культурно-исторические традиции страны и ее многонационального народа, можно приводить достаточно много. Так, часть русских дворян (которые впоследствии организовали движение декабристов), побывав в заграничном походе русской армии 1813-14 гг. и

достаточно поверхностно ознакомившись с политическим устройством европейских стран, решили внедрить ряд политических институтов в России (парламентаризм, демократические свободы и т.д.). Общеизвестно, что свои реформы они собирались начать после прихода к власти путем государственного переворота. Но, как показала практика, декабристы имели очень слабое представление как об общей, так и политической культуре крестьянства (большинства населения Российской Империи). Их проекты и идеи не были понятны крестьянской массе с ее монархическими убеждениями и неприязнью к дворянам.

В литературе отмечается, что историческая и культурная память является одним из факторов укрепления социального порядка, поскольку она скрепляет общество людей, определяя единые ценностные основания их поведения, общения и интерпретации действительности, и для поддержания социокультурной устойчивости общества у молодого поколения необходимо формировать соответствующий уровень культурной грамотности и компетентности [1, с.161-162].

Самые различные аспекты изучения культурно-исторической памяти общества получили разработку в научной литературе [2; 3], а также других исследованиях. В ряде работ рассматривается взаимосвязь культурно-исторической памяти общества с его социальной безопасностью [4; 5]; данному вопросу посвящено фундаментальное исследование [6]. Если в научном сообществе активно обсуждаются и исследуются место и роль культурно-исторической памяти как интегратора общества, то значительной частью студенчества данная проблематика не осознается. Определенные слои студенческой молодежи находятся под сильным влиянием вестернизированной массовой культуры, формирующей индивидуалистическое мировоззрение и задающей восприятие ценностей и образа жизни стран Запада (прежде всего, США) как эталонное. Это ведет к отчуждению от отечественной культурно-исторической традиции и создает почву для ценностных расколов в обществе. Данные факторы создают угрозу потери культурной специфики национальных государств.

Отметим, что начиная с XVIII-XIX вв., многие незападные культуры столкнулись с

вызовом вестернизации, когда ценности и коды западной культуры проникали в иные сообщества, нарушая их стабильность. В России с эпохи Петра I это привело к серьезному социокультурному расколу между ориентированной на европейские ценности, стандарты и образ жизни элитой (дворянством, а затем и интеллигенцией) и народом, во многом сохранявшим традиционную культуру.

Как показывает исторический опыт, незападным модернизирующимся обществам достаточно сложно интегрировать в свою культуру проникающие ценности вестернизации. Даже если на определенном этапе развития общество может достичь успехов, синтезировав лучшие достижения западной и отечественной культур, то на последующих могут возникнуть серьезные кризисные явления, связанные с конфликтом данных ценностей. Так, уникальным является советский проект, который объединил западные ценности эпохи Просвещения (идею прогресса, культ науки) и почвеннические ценности (соборности, солидарности) и, как казалось в середине XX в., успешно конкурирует с Западом. Но события конца XX вв., связанные с распадом Советского Союза и отказом от советской идеологии, начавшееся противопоставление западных ценностей индивидуализма и безграничной свободы самовыражения как гарантирующих жизненный успех личности традиционным, коллективным, и связанный с этим конфликт поколений – все это говорит об актуальности данной проблемы и в современной России.

Все это показывает важность изучения данного феномена в гуманитарных науках. На государственном уровне одной из приоритетных задач является на основе рефлексии культурно-исторических событий и процессов выработать соответствующую вызовам современности стратегию воспитания и социализации молодежи, ее приобщения к лучшим традициям национальной культуры.

Отметим, что существуют попытки идеологов стран Запада, прежде всего, США и Англии, монополизировать осмысление исторического процесса, загнать его в узкие рамки дихотомии «открытое общество – закрытое общество», тоталитаризм – демократия, и широкая пропаганда данной идеологии в политических целях. В этой

концепции исторического развития, широко популяризированной в свое время К. Поппером, Ф. Фукуямой и другими исследователями, политические и социальные институты Запада провозглашаются как эталон развития для других государств. Национальные политические и культурные традиции, не соответствующие данным эталонам, провозглашаются ущербными и служат объектом критики. На данный момент «решающими концептами в понимании конфликта «Запад – не-Запад» является сохраняющаяся приверженность Запада модели модернизации незападных стран по пути догоняющего Запад развития» [7, с. 44]. Распространение подобных, в духе радикального либерализма, идеологических концепций, приводит к прямому противоречию с архетипическими культурными ценностями большинства наций планеты.

Естественно, что национальные культуры пытаются противостоять экспансии ценностей и социокультурных норм современной западной цивилизации: культура потребления; возведения в абсолют индивидуализма и свободы самовыражения, выдаваемых за «общечеловеческие ценности», и ряда других, а также создавать механизмы для их синтеза и симбиоза с автохтонными традициями в условиях модернизирующегося общества. В литературе отмечается, что сама концепция доминирующей на Западе идеологии (безусловный приоритет прав человека), сформировавшаяся в результате секуляризации теории западного христианства о «естественных правах», чужда большинству других культурных традиций, и поэтому их представители отказываются делать индивидуальные права целью общественного развития [8].

Подмена национальных культурных моделей заимствованными, привнесенными извне и недостаточно адаптированными в модернизирующемся обществе может создавать серьезные социокультурные расколы [9]. Например, современные концепции модернизации предполагают наличие у граждан развитого индивидуалистического сознания как необходимого условия развития постиндустриального общества, тогда как общество «догоняющей» модели развития зачастую не успевает ассимилировать привнесенные извне модели индивидуальности.

Подводя итоги работы, отметим, что проблему влияния культурно-исторической памяти на интеграцию и устойчивость общества важно изучать в преподавании истории, философии, культурологии и ряду других гуманитарных дисциплин. Изучение данного феномена важно для формирования мировоззрения учащихся и воспитания их личности, а также для обучения

их умению анализировать происходящие в обществе социокультурные процессы. Особенно актуальным это является для PR и медиаспециалистов, управленцев, педагогов и студентов иных направлений подготовки, чья будущая профессия связана с активной общественной и политической деятельностью.

### **Библиографический список**

1. Филоненко В.И., Штомпель Л.А., Штомпель О.М., Понеделков А.В. Культурные аспекты исторической памяти российских студентов // *Власть*. 2016. Т. 24. № 9. С. 155-163.
2. Первушина О.В. Культурная память: проблемное поле исследования // *Ученые записки (Алтайская государственная академия культуры и искусств)*. 2019. – № 2 (20). – С. 34-39.
3. Сабанчеев Р.Ю. Культурная память как нарративный феномен (герменевтические аспекты) // *Вопросы философии*. 2019. № 12. С. 10-14.
4. Культурная память в контексте формирования национальной идентичности России в XXI веке: Коллективная монография. М.: Совпадение, 2015. 168 с.
5. Савруцкая Е.П., Устинкин С.В. Историческая память как фактор национальной безопасности // *Власть*. 2019. Т.27. № 6. С. 225-231
6. Костина А.В., Макаревич Э.Ф., Карпухин О.И., Луков В.А. Культура как фактор национальной безопасности современной России: Значение и ролевая модель. М.: URSS, 2021. 328 с.
7. Федотова В.Г. Различия политических культур и международные конфликты // *Полис. Политические исследования*. 2015. № 1. С. 44-54.
8. Лукин А.В. Куда ведет прогресс? // *Россия в глобальной политике*. 2014. Т. 12. № 5. С. 123-132.
9. Ахиезер А.С. Россия: критика исторического опыта: социокультурная динамика России: в 2 т. Новосибирск: Сибирский хронограф, 1997. Т. 1. 800 с.

Ю.И. Злобина, М.О. Сорокина  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## ТЮРКСКИЕ ЛЕКСЕМЫ: КОНТЕКСТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГРУППЫ «ТЕРМИНЫ КОНФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ» (ПО МАТЕРИАЛАМ ЭПИСТОЛЯРНОГО НАСЛЕДИЯ АЛТАЙСКОЙ ДУХОВНОЙ МИССИИ СЕРЕДИНЫ XIX – НАЧАЛА XX ВЕКОВ)<sup>8</sup>

**Аннотация.** Статья посвящена анализу «терминов конфессиональной сферы» тюркского происхождения в текстах Алтайской духовной миссии конца XIX – начала XX века: приводятся контексты употребления, представлены результаты семантического и этимологического анализа некоторых наименований на основе обращения к лексикографическим и культурологическим источникам.

**Ключевые слова:** лексемы тюркского происхождения, тексты Алтайской духовной миссии, религиозная лексика, конфессиональная лексика

Yulia I. Zlobina, Maria O. Sorokina  
Altai State University  
Russia, Barnaul

LEXEMES OF TURKIC: CONTEXTUAL ANALYSIS OF THE GROUP «CONFESSIONAL TERMS» IN THE ALTAI SPIRITUAL MISSION'S TEXTS OF THE LATE 19TH - EARLY 20TH CENTURIES

**Abstract:** The article is devoted to the analysis of the "terms of the confessional sphere" of Turkic origin in the texts of the Altai Spiritual Mission of the late XIX - early XX centuries: the contexts of use are given, the results of the semantic and etymological description of some names based on reference to lexicographic and cultural sources.

**Key words:** lexemes of Turkic origin, texts of the Altai Spiritual Mission, religious vocabulary; confessional vocabulary

---

<sup>8</sup> Статья подготовлена в рамках выполнения Госзадания «Тюркский мир «Большого Алтая»: единство и многообразие в истории и современности (проект номер – 748715Ф.99.1.ББ97АА00002).



Русская православная духовная миссия принимает активное участие в общественной жизни жителей Алтая и Горного Алтая с середины XIX века. Помимо распространения православной веры, участники миссии также стремились содействовать развитию начального образования в местных поселениях и улучшению условий жизни аборигенов. История Алтайской духовной миссии нашла свое отражение в многочисленных документах – отчетах, заявлениях, служебных записках, дневниковых записях, текстах писем.

Материалом для нашей статьи послужили некоторые тексты (записки и письма) Алтайской духовной миссии конца XIX – начала XX века, хранящиеся в архивах Алтайской духовной миссии и в архивных фондах Алтайского края и Республики Алтай и предоставленные для исследования доктором искусствоведения, кандидатом физико-математических наук, профессором кафедры культурологии и дизайна АлтГУ Крейдун Ю.А. Действующие на Алтае православные русские миссионеры трудились на территории столкновения двух культур – славянской и тюркской (алтайской): именно здесь «вступили во взаимодействие» разные религии, языки, традиции, обычаи и верования. «Здесь встретились все три мировые религии, культура которых наложилась на древнюю религиозную традицию алтайцев – шаманизм» [1, с.5]. Языковое взаимодействие нашло свое отражение и в записях миссионеров: тюркские заимствования активно используются в эпистолярных текстах Алтайской духовной миссии.

В данной статье мы продолжаем начатое ранее исследование тюркской лексики по отдельным тематическим группам: бытовая лексика (арака, аркыта, арчул), лексика, связанная с общественным устройством алтайских поселений (сёок, дючина, мундус). Для данной статьи нами были выбраны некоторые лексемы тюркского происхождения, относящиеся к духовной сфере жизни аборигенов. Лексемы этой группы не входят в состав русского языка, и определить их этимологию иногда достаточно сложно. В ходе анализа данных лексем мы иногда обращались к экстралингвистическим источникам – трудам по культурологии, истории и этнографии – с тем, чтобы выявить семантику данных слов и на основе этого определить значения анализируе-

мых лексем в контекстах (текстах Алтайской духовной миссии) [2].

В России религиозный дискурс представлен тремя мировыми религиями (христианство, ислам, буддизм), конфессиями (Православие, католицизм, протестантизм), национальной религией (иудаизм), традиционными верованиями (язычество, тотемизм, шаманизм), религиозными течениями (старообрядчество) и сектами. Каждая религиозная группа или сообщество выработали свой набор языковых маркеров для обозначения религиозных понятий и реалий. Однако точного определения понятия «религиозная лексика» в научном осмыслении еще не выработалось. В нашем исследовании мы будем придерживаться точки зрения М. О. Алексеевой, которая полагает, что религиозную лексику можно «определить как отраслевую терминологию, представляющую собой единый корпус терминов конфессионального характера, обслуживающих важную сферу общественной жизни и человеческой деятельности» [3, с.198]. Итак, религиозная лексика представляет собой гипероним, в который входят слова, относящиеся ко всей области религии, независимо от вероисповедания или конфессии.

Под конфессиональной лексикой мы понимаем соответствующие религиозные термины и общеупотребительные в религиозном смысле слова, отражающие учения и обрядовые особенности той или иной конфессии и отличающие ее от других конфессий той или иной религии. При этом, под конфессией мы понимаем «разновидность той или иной религии, того или иного вероисповедания» [4, с.123].

Рассмотрим собранные нами в ходе анализа тюркские лексемы группы «термины конфессиональной сферы». Сюда вошли: **бурхан, Бурхан** - «божество», «изображение божества; идол» и производные от него **бурханизм, бурханист, бурханская вера и бурханить; кам** – «шаман» и производные от него **камлать, камлание; курум** – «шаманист, человек, который «общается с бесами»; **лама** – «буддийский монах в Тибете и Монголии» и производные от него **ламаизм, ламаист; Ойрот** - «божество; мифический древний правитель алтайцев» и однокоренное наименование **Ойротский**; а также **шаманизм** – «шаманство» и однокоренные с ним **шаманство, шаманист, шамани-**



**стка, шаманистский.** Далее мы представим контексты употребления и этимологическое описание двух особенно показательных лексем этой группы.

**Бурхан** (с заглавной или прописной буквы) - «божество», «изображение божества; идол» (определение составлено на основе анализа материала). В собранных нами контекстах это слово встречается несколько раз. Кроме него также отмечены и его производные: **бурханизм** - «Алтайская вера, этническая религия алтайцев»; **бурханист** - «последователь бурханизма, исповедующий бурханизм»; **бурханская вера** - «бурханизм» и **бурханить** - «исповедовать бурханизм, совершать культово-религиозные действия бурханизма». Контекстов, содержащих эти слова, достаточно много; все они описывают веру и обычаи местных жителей - алтайцев. Приведем примеры:

*Наконец, отчаявшись, говорит Танашев, я обратился к новому Бурхану с мольбой об исцелении. Для этого, говорит, я поехал к одному калмыку и по приезде к нему попросил его помолиться за меня Бурхану об исцелении моей руки. Калмык согласился. Л.18об.-Л.19. 12 мая 1907 г. Рапорт священника Макария Абышкина Епископу Бийскому Иннокентию. (ЦХАФ АК Ф.164.Оп.1.Д.117.ЛЛ.18-19об.); Можно вполне надеяться на новокрещенных Черно-Ануйского, Чергинского и Мыютинского Отделений, что они никогда не перейдут в бурханизм. Л.106об. Письмо свящ. Владимира Постникова к о. Петру от 9 сентября 1906 г. (ЦХАФ АК Ф.164.Оп.1.Д.110.ЛЛ.106-106об.); Бурханисты ко мне относились очень доверчиво, они охотно слушали мои рассказы и о великих творениях Божиих (Записки миссионера Чибитского отделения Георгия Апанаева за 1914 г., Опись 2. Дело 86., ЦХАФ АК Ф.164.Оп.2.Д.86.ЛЛ.1-4об., Л.5.об.); На это катихизаторы сказали новокрещенным, что проезжая мимо юрты Алтаяка, спрашивали про него, говорят, что дома нет, а без него брат его вещи не хорошо, а нужно подождать его и когда он придет домой поговорить ему, может быть он и бросит бурханить. Л.69об. Письмо свящ. Владимира Постникова к о. Петру от 23 октября 1906 г. (ЦХАФ АК Ф.164.Оп.1.Д.110.ЛЛ.69-70об., 115-115об.).*

В этимологических словарях указывается, что **бурхан** - «калмыцкий, монгольский идол» (Даль, 1, с.146) [5]; «монголь-

ский идол» (Фасмер, 1, с.249) [6]; в форме *Буркан* = *пуркан*, *порхан* - «идол, изображение Будды» (Радлов, IV, ч.2, с.1827) [7], в форме **Пуркан** - «святой» (Вербицкий, с.146) [8]. В словаре Аникина представлено описание этимологии данной лексемы: **бурхан** - «буддийская статуэтка», «идол, дурак, болван» ст.-рус. *бурханъ* «монгольский идол»: из бур. *бурха(н)* «бог, божество», уст. «бурхан (общее название персонажей ламаизма: будд, бодисатв и др.)», «изображение бурхана на полотне», «икона, статуэтка», *буркан* «икона», п.-монг. *burxan* «бог», тел., шор., саг., койб. *purqan* «Будда», др.-тюрк. *burqan* ~ *burxan* «божество, идол» < кит. \*bur < \*but < скр. buddha-) + тюрк. хан «господин» (Аникин, с.146) [9].

**Ойрот** (Ойрот-хан) (с заглавной или прописной буквы) - «мифический древний правитель алтайцев», «легендарный герой»; его возвращения ждали последователи бурханизма. Для алтайцев Ойрот-хан был предвестником наступления «новой эры», при которой придет царство благоденствия и процветания алтайского народа. «Показательно не столько то, что имя мифического Ойрот-хана упоминается рядом с именами исторических личностей, сколько то, кого называли Ойрот-ханом (или иначе - под какими еще именами известен Ойрот-хан). Из анализа алтайских легенд «ойротского» цикла следует, что его отождествляли с тремя реальными деятелями Джунгарии: Галданом, Амурсаной и Шуну» [10, с.20].

Контексты употребления: В сем году калмыки все еще ждали Бурхана и Ойрота. По словам некоторых, если Ойрот не придет нынче, то и не нужно ждать его больше. (...) Полагали, что вот они, де, стали бурханистами, что скоро не будет ни одного русского на Алтае, что воцарится Ойрот, что настанет для калмыков славное житье: все это оказалось несбыточной мечтой. Л.114об. Записки Урскульского миссионера Константина Соколова за 1908 г. (ГА-АК. Ф.164. Оп.2. Д.12. ЛЛ.108-108об., 114-118об. ...); Главная мысль, заключающаяся в этих песнях, это напрасно калмыки выдумали Ойрота; Ойрот - существо сказочное, на него нечего надеяться. Л.114об. Записки Урскульского миссионера Константина Соколова за 1908 г. (ГААК. Ф.164. Оп.2. Д.12. ЛЛ.108-108об., 114-118об. ...); В настоящее время, когда алтайские ярлыкчилары не

спускают с уст своих имена **ойрота**, Калдан-Хаана, Чунутты (Шууни) Паатыря, становится необходимым склонять новокрещенных к тому, чтобы они усугубляли свои молитвы за Нашего Государя. Л.18. Рапорт 2 благочинного АДМ свящ. Константина Соколова к НАДМ епископу Иннокентию от 18 [октя]бря 1910 г. (ЦХАФ АК Ф.164. Оп.1.Д.142. Л. 32.).

В привлеченных нами этимологических словарях информация об Оироте (оироте) отсутствует, однако очевидно, что наименование связано с названием народности оираты – «предки калмыков и алтайцев». Алтайский этнограф Н.В. Екеев включает в «ойратскую» группу следующие этнические общности: алтайские урянхайцы, мингаты (мянгад), өөлд (олеты), захчины, торгууд, баяд и дөрвөд [11, с.92-93]. Этноним «ойраты» имеет долгую историю изучения как историков, этнографов, так и лингвистов этимологов. Существует несколько версий происхождения лексемы: возможно, происходит из монгольских языков: «ойрат» есть монгольское слово в переводе:

союзный, ближний, союзник» (по Н.Я Бичурину); «ои-рат» распадается на два термина «ои» и «арат» (лесные люди) (по Д. Банзарову); происходит от этнонима «оират» (ојірад) (монг.) (по Г. Рамстедту); возможно тотемное происхождение термина «оират» (в значении волк), что «может говорить о возможности контактов финно-угорских племен с предками западных монголов в районе Минусинской котловины» (по Н.Н. Уба-шеву) [12, с.203].

Анализ источников показывает, что представители алтаиской духовной миссии были хорошо знакомы с религиозными верованиями, обычаями и легендами аборигенов-алтайцев и нередко описывали их в своих личных письмах и заметках. Группа тюркских наименований конфессиональной сферы представляет большой интерес для дальнейшего исследования как в плане этнографии, так и в плане этимологии, с учетом того, что многие из этих лексем имеют несколько вариантов происхождения и мало представлены в этимологических словарях.

## Библиографический список

1. Расова Н.В. Миссионерская деятельность Русской Православной Церкви на Алтае в XIX - начале XX вв.: дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02. – Горно-Алтайск, 2002. - 287с.
2. Тюркские лексемы: контекстуальный анализ (по материалам эпистолярного наследия Алтайской духовной Миссии середины XIX- начала XX века). База данных. № ВД 2022621899 от 01.08.2022 г. – Барнаул: Алтайский государственный университет, 2022 г.
3. Алексеева М. О. Термины русского православия в семасиологическом и ономазиологическом аспектах : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.19 / М. О. Алексеева. – Москва, 2009. – 261 с.
4. Скляревская Г.Н. Словарь православной церковной культуры. Санкт-Петербург: Наука, 2000.-278 с.
5. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4-х т. – М., Т.1: А - З. – 1880. – 725 с.
6. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: В 4-х т. – М.: Прогресс, Т.2 – 1986-1987.
7. Радлов В.В. Опыт словаря тюркских наречий. – В 4 т. – Репринт.Изд. – М., Спб., Т 3. – 1963-1964.
8. Вербицкий В. Словарь алтайского и аладагского наречий тюркского языка. – Горно-Алтайск: «Ак Чечек», 2005. – 504 с.
9. Аникин А.Е. Этимологический словарь русских диалектов Сибири: Заимствования из уральских, алтайских и палеоазиатских языков. – Москва; Новосибирск: Наука, 2000. – 768 с.
10. Шерстова Л.И. Вхождение Горного Алтая в состав России: событие, отраженное в ле-

гендах // Развитие территорий. 2016. №1 (4). [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vhozhdenie-gornogo-altaya-v-sostav-rossii-sobytie-otrazhennoe-v-legendah>.

11. Екеев Н.В. Ойраты и алтайцы: этнические и этнокультурные связи и параллели // Проблемы этногенеза и этнической культуры тюрко-монгольских народов: Сб. науч. тр. - Элиста: КалмГУ, 2008б. - Вып. 2. - С. 92–101.

12. Терентьев В.И. Ойраты: этнокультурная составляющая политонима и контуры современной этноисторической общности // Вестн. Том. гос. ун-та. История. 2013. №3 (23). – С.202-205. [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/oyraty-etnokulturnaya-sostavlyayuschaya-politonima-i-kontury-sovremennoy-etnoistoricheskoy-obschnosti>.

## Раздел IV

---

**ПОЭТИКА КРОСС-КУЛЬТУРНЫХ ПЕРЕМЕЩЕНИЙ:  
ФОРМИРОВАНИЕ КОГНИЦИИ, ОТВЕЧАЮЩЕЙ  
«ЗАПРОСАМ» СРЕДЫ КОММУНИКАЦИИ**

**Section IV. POETICS OF CROSS-CULTURAL MOVE-  
MENTS: FORMATION OF COGNITION THAT MEETS  
THE "NEEDS" OF THE COMMUNICATION ENVI-  
RONMENT**

Т.А. Климова  
Алтайский государственный педагогический университет  
Россия, Барнаул

## КУЛЬТУРНАЯ МАРГИНАЛЬНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЗДАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

**Аннотация.** В статье рассматривается теория культурной маргинальности Джанет Беннет, в рамках которой культурные маргиналы подразделяются на изолированных и конструктивных. В качестве примера продуктивного использования феномена культурной маргинальности приводятся художественные произведения Кадзуо Исигуро – английского писателя японского происхождения.

**Ключевые слова:** культурная маргинальность, билингвизм, конструктивные маргиналы, изолированные маргиналы, художественный текст

Tatiana A. Klimova  
Altai State Pedagogical University  
Russia, Barnaul

### CULTURAL MARGINALITY AS A LITERARY-TEXT CREATION TOOL

**Abstract.** The paper presents an overview of cultural marginality theory developed by Janet Bennett, in which she presents cultural marginality as a spectrum with isolated and cultural marginals as endpoints. Novels by a Japan-born English writer Kazuo Ishiguro are used as examples of literary texts created by a cultural marginal.

**Keywords:** cultural marginality, bilingualism, constructive marginal, isolated marginal, literary text

В попытке описать различные формы взаимодействия культур в рамках одной личности, исследователи в области межкультурной коммуникации выделяют понятие «культурная маргинальность». Джанет Беннетт под культурным маргиналом понимает индивида, который впитал в себя систему ценности двух или более культур, и чья идентичность выходит за рамки одной конкретной культуры [1, p.273]. Для культурных маргиналов характерно частое переживание *внутреннего* культурного шока. Такой культурный шок по своей природе отличается от традиционного культурного шока, который человек испытывает в результате осязаемого столкновения с новой культурой. Для культурного маргинала культурный шок – это внутриличностное столкновение голосов двух культур, конкурирующих за его (маргинала) внимание. Обращаясь к аксиоматическому тезису о

связи билингвизма и бикультуральности (*to be bilingual is to be bicultural*), можно предположить, что потенциальными маргиналами являются билингвы.

Связь билингвизма и бикультурализма, однако, требует уточнения. Так, Ф. Грожан справедливо отмечает, что, хотя изучение языка и подразумевает знакомство с культурой-носителем, понятия билингвизма и бикультуральности не являются тождественными [2, p.108]. Число бикультуралов в целом меньше, чем число билингвов. По его мнению, для всех бикультуралов характерны следующие черты: они живут в двух или более культурах; так или иначе адаптируются к ним с точки зрения взглядов, ценностей, манеры поведения; склонны смешивать некоторые аспекты этих культур [Grosjean 2010: 109]. Существенное отличие между билингвизмом и бикультуральностью заключается в том, что билингвы

обычно могут деактивировать один из языков и в определённых ситуациях использовать лишь один, в то время как бикультуралы, находясь в монокультурном окружении, не всегда могут деактивировать черты другой культуры. Нельзя, однако, отрицать, что становление билингвальной личности невозможно без её становления как личности бикультуральной, даже если билингвизм в дальнейшем переходит в разряд пассивного или ассиметричного.

Неспособность деактивировать или игнорировать черты другой культуры возвращает нас к понятию культурной маргинальности. Джанет Беннет подразделяет её на два типа: конструктивную (*constructive*) и изолированную (*encapsulated*). Стоит отметить, что слово «маргинальность» в данном случае не несёт в себе негативной коннотации – оно призвано подчеркнуть особенность существования личности на границе двух или более культур (лат. *margo* – край, граница).

Согласно данной теории, у изолированных маргиналов существование в двух или

более культурах, их усвоение, трансформация внешних проявления во внутренние переживания заставляет внутреннему конфликту. Изолированные маргиналы не в силах различить и установить границы между культурами; индивид оказывается заложником маргинальности и испытывает чувство дискомфорта в каком бы культурном контексте ни находился и не способен выстроить целостную идентичность – «Я» дробится на множество частиц, которые конфликтуют между собой.

Конструктивные маргиналы, в свою очередь, осознают своё положение и способны подстраиваться под культурный контекст, сохраняя при этом целостность своего «Я». Они легко пересекают границу между культурами и чувствуют себя одинаково комфортно в обеих [1, р. 274].

В таблице 1 представлены характеристики, присущие изолированным и культурным маргиналам, выделенные Дж. Беннетт.

Таблица № 1

### Характеристики культурной маргинальности по Дж. Беннетт

Изолированный маргинал	Конструктивный маргинал
«Я» раздроблено между культурными контекстами	«Я» существует во всём многообразии культурных форм
Слабый контроль над личными границами	Развитый контроль над личными границами
Трудности в принятии решений	Выбор как основа «Я»
Социальная дезадаптация	Динамичная пограничность
Эгоцентризм	Естественность
Отсутствие референтной группы	Маргинальная референтная группа
Неоднозначность	Принятие относительности
Осознаёт только собственное «Я»	Осознаёт возможность выбора
Неопределённость настораживает	Сложность структур вызывает интерес
Везде как рыба без воды	Везде как рыба в воде

В сборнике эссе *Translating Lives: Living with Two Languages and Cultures* под редакцией польско-австралийских лингвистов Анны Вежбицкой и Мэри Бесемерес описывается опыт владения двумя и более языками, а также сопутствующие социальные и психологические факторы. Опубликованные в сборнике свидетельства представляют особую исследовательскую ценность, поскольку их авторами являются учёные, чьи сфе-

ры интересов прямо или косвенно связаны с лингвистикой.

В своём эссе с характерным названием *East meets West, or does it really?* сингапурский исследователь Джок Вон подробно описывает процесс взаимодействия в его сознании двух культурно-обусловленных личностей – “the Anglo persona” и “the Chinese persona” – в зависимости от ситуации общения, а также возникающие между ними противоречия.



Как видно из названия эссе, в основе противоречий лежат разные культурные полюса данных личностей – и у той, и у другой сложилась собственная система «внутренних норм» (“insider norms”), ввиду чего даже повседневные выражения порой вызывают у автора смешанную реакцию: «Когда я слышу от англоговорящих австралийцев что-то вроде ‘you don’t have to’ или ‘thank you’ в ответ на самые элементарные вещи, внутри у меня возникают две реакции. Англоязычная личность, конечно же, расценивает это как дань уважения моей самостоятельности. А вот китайскоязычная личность расценивает это как попытку держать дистанцию и чувствует себя изолированно. С другой стороны, когда другие китайцы просят меня о чём-то, используя повелительное наклонение, китайская личность видит в этом проявление близости, в то время как английская – нарушение границ»<sup>9</sup> [3, р. 79]<sup>10</sup> (здесь и далее перевод цитат наш – Т.К.). По словам Вона, из-за подобных внутренних культурных противоречий повседневное общение с людьми, которых он считает близкими (особенно с членами семьи) в какой-то мере проходит по грани между любовью и ненавистью (“love-hate relationship”).

Для многих писателей-бикультуралов положение «на стыке культур» становится источником вдохновения и полем для творческих экспериментов. Результатом становятся художественные произведения, повествовательная и тематическая структура которых представляет собой попытку осмыслить неопределённость, вызванную столкновением культур. Писатели подобного толка могут избегать догматизма и не навязывать читателю окончательных выво-

<sup>9</sup> “When an Anglo Australian says something like ‘you don’t have to’ or ‘thank you’ over small matters, there will be two reactions within me. The Anglo persona will, of course, appreciate the respect for my personal autonomy. However, the Chinese persona will sense that the person is keeping a distance and will feel isolated. On the other hand, when a fellow Chinese asks me to do something using an imperative, the Chinese persona will feel the closeness but the Anglo persona will feel imposed upon.”

<sup>10</sup> Примечательно, что автор демонстрирует высокую степень осознанности по отношению к своим личностям, описывая их с двух точек зрения: то с помощью определённого артикля *the*, то с помощью притяжательного местоимения *my*.

дов – вместо этого повествование осознанно уводит читателя на территорию неопределённости, где сосуществуют несколько культурных миров. К примеру, в интервью 1989 года, английский писатель японского происхождения Кадзуо Исигуро на вопрос о собственном «я», о самосознании, ответил следующее: «*Не бывает, чтобы люди были на две трети такими, а на одну треть – другими. Темперамент, характер или взгляды нельзя просто взять и поделить на части. Не бывает чётких границ между частями. Получается забавная однородная смесь*»<sup>11</sup> [4].

Действие первых трёх романов имеет конкретную историко-географическую привязку. В романах «В дымке холмы» (“A Pale View of Hills”, 1982) и «Художник зыбкого мира» (“An Artist of the Floating World”, 1986) – это послевоенная Япония, а в «Остатке дня» (“The Remains of the Day”, 1989) – Англия в период между Первой и Второй мировыми войнами. В дальнейшем Кадзуо Исигуро намеренно отказывается от привязки места действия своих романов к конкретной стране или историческому периоду, максимально удаляя его от реальности и описывая лишь в общих чертах или символично:

▪ действие «Безутешных» (“The Unconsoled”, 1995) разворачивается в некой средневропейской стране, жители которой (как и сам рассказчик) существуют в ситуации кафкианского абсурда;

▪ действие «Когда мы были сиротами» (“When We Were Orphans”, 2000) частично разворачивается в местечке под говорящим названием «Шанхайский международный сеттлмент» – реально существовавшая с 1842 по 1943 год территориальная единица в Шанхае, которую населяли выходцы из 17 стран мира: Великобритании, США, Японии, России, Италии, Бельгии, Нидерландов, Германии, Австро-Венгрии, Дании, Швеции, Норвегии, Испании, Португалии, Перу, Мексики и Швейцарии;

▪ действие «Не отпускай меня» (“Never Let Me Go”, 2005) разворачивается в Англии, но в альтернативной вселенной, где челове-

<sup>11</sup> “People are not two-thirds one thing and the remainder something else. Temperament, personality, or outlook don’t divide quite like that. The bits don’t separate clearly. You end up a funny homogeneous mixture.”

ство научилось создавать собственных клонов;

▪ действие «Погребённого великана» (“The Buried Giant”, 2015) разворачивается в пост-артурианской Англии начала средних веков – в т.н. «Тёмные века».

Подобный приём объясняется стремлением Исигуро создавать литературные произведения, которые отличались бы масштабно-стью и размахом. Однако, масштаб и размах в данном случае направлены на попытку затронуть и описать общечеловеческие темы, о чём писатель упомянул в интервью 1987, на заре своей карьеры: «Я хотел бы написать масштабный, всеобъемлющий роман... Если в романе три главных персонажа – один живёт в Японии, второй в России, а третий где-нибудь в Америке – это не делает роман автоматически всеобъемлющим. Он будет таковым лишь поверхностно, потому что и писателю, и читателю придётся постигать культуру трёх стран, а мне очень хочется написать роман международного масштаба, такой, который бы затрагивал проблемы всего человечества, который был бы лишён местнических стремлений. Но на данный момент, как бы я ни пытался написать подобный роман, я так или иначе возвращаюсь к единственному рабочему методу: я создаю роман-микрокосмос в надежде, что его значимость будет происходить из универсального характера тем, с которыми я работаю»<sup>12</sup> [5, p.25].

По нашему мнению, Кадзуо Исигуро как писатель представляет собой пример конструктивного маргинала, поскольку его творчество – пример продуктивного взаимодействия английской и японской культур. В более широком понимании, синкретичное творчество Исигуро являет собой пример дихотомии «Восток-Запад»; как определил в своё время Г.Ш. Чхартишвили, «...новая “восточнозападная” литература обладает

явными признаками андрогинности; при одной голове у неё два лица (одно обращено к восходу, другое к закату), два сердца, двойное зрение и максимально устойчивый опорно-двигательный аппарат. Ещё ей свойственна повышенная витальность, несколько диссонирующая с вялой доминантой литературы *fin de siècle*, но вполне объяснимая, если не забывать об эффекте магического слияния» [6]. *Fin de siècle* (фэн де сьекль, финдесьекль), что с французского означает «конец века» – обобщающий термин, который изначально применялся к явлениям европейской культуры конца XIX века, главной характеристикой которых были всевозможные проявления декадантства и индивидуализма. Витальность «восточнозападной литературы», которую Чхартишвили в своём определении противопоставляет «вялой доминанте» финдесьекль можно интерпретировать как волю к жизни и стремление к продуктивному взаимодействию.

<sup>12</sup> “I would like one day to write a kind of broad, sweeping novel... You don’t automatically have a sweeping novel if you have three central characters, one based in Japan, one based in Russia, or America, or something. It would be sweeping in a superficial way, because you inevitably take in three countries, but I have a great urge to write a global novel, a novel that addresses things at the widest level, that is not in any sense parochial. But, at the moment, whenever I try to do this, the only method that occurs to me is to take a microcosm and hope that its significance will come from the universal nature of what I am dealing with.”

### **Библиографический список**

1. Bennett J.M. Cultural marginality: Identity issues in intercultural training / Janet Bennett // R. Paige (Ed.) Education for the intercultural experience. Yarmouth: Intercultural Press, 1993. pp. 109–136.
2. Grosjean F. Bilingual: Life and Reality. Cambridge: Harvard University Press, 2010. 276 p.
3. Wong J. East meets West, or does it really? / M. Besemeres, A. Wierzbicka (Eds.) Translating lives: living with two languages and cultures. Queensland: University of Queensland Press, 2007. pp. 70–82.
4. Kazuo Ishiguro by Graham Smith [Электронный ресурс] / BOMB Magazine, 1989. URL: <https://bombmagazine.org/articles/kazuo-ishiguro/> (дата обращения: 26.03.2023)
5. Bigsby Ch. In Conversation with Kazuo Ishiguro (1987) / B. Shaffer and C. Wong (Eds.) Conversations with Kazuo Ishiguro. Jackson: University of Mississippi Press, 2008. pp. 15–26.
6. Чхартишвили Г.В. Но нет Востока и Запада нет (О новом андрогине в мировой литературе) [Электронный ресурс] / Иностранная литература, 1996. URL: <https://magazines.gorky.media/inostran/1996/9/no-net-vostoka-i-zapada-net-o-novom-androgine-y-mirovoj-literature.html> (дата обращения: 26.03.2023)

Т. Боржиков , О.А. Ельченинова  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## РОЛЬ ИГРОВОГО РЕЖИМА ROLE-PLAY В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

**Аннотация.** В настоящее время игры с RP-режимом стали неотъемлемой частью жизни многих людей. Ролевая игра представляет собой моделирование событий, происходящих в определенном мире в определённое время. RP-режим может использоваться в различных обучающих программах, являясь полезным инструментом в процессе развития социальных и коммуникативных навыков.

**Ключевые слова:** Role-play, социальное взаимодействие, RP-режим, игровой движок, ролевая игра

Temirlan Borzhikov , Olga A. Yelcheninova  
Altai State University  
Russia, Barnaul

### THE ROLE OF THE ROLE-PLAY GAME MODE IN THE LIFE OF MODERN SOCIETY

**Abstract.** Currently, RP-mode games have become an integral part of many people's lives. A role-playing game is a simulation of events taking place in a certain world at a certain time. RP mode can be used in various training programs, being a useful tool in the process of developing social and communication skills.

**Keywords:** Role-play, social interaction, RP mode, game engine, role-playing game

Темпы развития современных технологий стремительным образом набирают свои обороты. Технологии искусственного интеллекта, виртуальной и дополненной реальности массово внедряются в каждую отрасль жизнедеятельности человека, что может означать зарождение новой технологической эпохи, в которой человек по-прежнему занимает роль главного творца и исследователя. Эффект погружения в виртуальное пространство осуществляется благодаря современной системе обработки графики в компьютерных играх. Мощные графические процессоры позволяют создавать сверхреалистичные кибер-пространства, которые способны учитывать распределение света, физические явления и просчитывать большое количество объектов. В связи с этим, игровая индустрия находится в постоянном развитии, происходит расширение функционала компьютерных игр [1].

Игры жанра Role-play (игра по ролям) представляют собой киберпространство, имитирующее законы и порядки реального мира. Ролевая игра — воспроизведение действий и отношений других людей или персонажей какой-либо истории, как реальной, так и выдуманной. Ролевая игра — способ обогащения чувств и накопления опыта, развития воображения, преодоления страхов и развития коммуникативных навыков.

С точки зрения научной терминологии, ролевая игра представляет собой моделирование событий, происходящих в определенном мире в определённое время. Её участники отыгрывают собственных персонажей, руководствуясь при этом характером своей роли и внутренними убеждениями персонажа в рамках игровых реалий. Индивидуальные и коллективные действия игроков составляют сюжет игры. Как правило, существуют правила проведения ро-

левой игры, где описаны рамки действий игроков, их поведения, моделирования игровых ситуаций. Действия игроков представляют собой вольную импровизацию в рамках выбранных правил, а также определяют суть игры и её результат.

Ролевую игру также можно рассматривать как вид социального взаимодействия, разворачивающийся во вторичной, реконструируемой, как мизансцена, социальной реальности, принимающий форму перформансной коммуникации и сопровождаемый принятием акторами осознанно сконструированных социальных ролей.

В режиме Role-play каждый игрок имеет в своем распоряжении виртуального персонажа, которого он наделяет следующими человеческими качествами: взаимодействие с виртуальной средой, коммуникация с другими игроками, социальная адаптация, удовлетворение потребностей, улучшение индивидуальных навыков и изменение внешнего вида. Управление игроком осуществляется при помощи периферийных устройств, в качестве которых обычно выступают клавиатура и мышь. Способом коммуникации между персонажами выступает текстовый канал, и голосовой канал с использованием микрофона. Впоследствии игрок может общаться с другими игроками, устраиваться на работу, покупать виртуальные вещи, ездить на игровых транспортных средствах и т.д. Игрок также способен создать своего персонажа при помощи доступного функционала игрового движка [2].

Игровой движок – это базовое программное обеспечение, обеспечивающее работоспособность геймплейных, графических и других элементов видеоигры. В игровом режиме Role-play (RP) игровой движок обеспечивает функционалом все элементы игры. Он задает фундаментальные правила и ограничения в игровой среде. Созданием и модификацией игрового движка занимаются разработчики игры. Чтобы игровой процесс был доступен в сети Интернет – создаются так называемые игровые серверы. Игровой сервер – программное обеспечение, часто используемое в компьютерных играх для многопользовательской игры в случаях, когда недостаточно использования одного компьютера, либо для сохранения информации вне игрового процесса.

В настоящее время игры с RP-режимом стали неотъемлемой частью жизни многих людей. Они предоставляют игрокам возможность отвлечься от реальности и перебраться в другой мир, где они могут стать кем угодно и делать все, что им хочется. Игры с RP-режимом не только выступают как средство развлечения, но и развивают воображение, коммуникативные и социальные навыки.

Существование такого феномена как RP-режим оказывает влияние на жизнь современного общества. Он позволяет игрокам изучать различные аспекты жизни, такие как социальные отношения, экономические принципы и правовые нормы. RP-режим также может помочь людям развивать свои лидерские качества, так как игроки могут стать лидерами внутри игрового сообщества и вести его к успеху.

Ролевая игра — воспроизведение действий и отношений других людей или персонажей какой-либо истории, как реальной, так и выдуманной. Ролевая игра — способ обогащения чувств и накопления опыта, развития воображения, преодоления страхов и развития коммуникативных навыков [3]. В условиях глобализации и цифровизации ролевые игры стали постепенно переходить из реального мира в виртуальный, RP-режим стал востребованным в индустрии компьютерных игр.

Одной из самых популярных игр режима является серия игр Grand theft Auto (GTA). Grand Theft Auto — серия игр, созданных и разрабатываемых шотландской компанией Rockstar North. Изданием игр занимается компания Rockstar Games. Первая игра серии вышла в 1997 году. В играх серии игрок должен оказаться в роли преступника, выполняя такие задания и миссии, как заказные убийства, ограбления банков и другие.

В компьютерной игре GTA 5 существует возможность использования клиентской модификации “RageMP”, которая позволяет создавать собственные игровые серверы и загружать на них различные интерактивные ресурсы. Одним из таких ресурсов является игровой режим Role-play. Обычно такие игровые серверы предоставляют игрокам возможность создать внешность собственного персонажа, придумать ему вымышленную биографию и впоследствии коммуницировать с другими игроками.

Нами было проведено исследование среди постоянных игроков RP-режима серии игр GTA 5. Были опрошены 10 игроков в возрасте от 18 до 23 лет.

В рамках опроса респондентам были предложены следующие вопросы: «С какой целью вы заходите в игру?», «Какие эмоции от игры вы ожидаете?», «Сколько времени вы готовы потратить на игру?».

В ходе исследования нами были введены два понятия: “опытный игрок” и “начи-

нающий игрок”. Данные понятия функционируют в сфере компьютерных игр, но не имеют четкого теоретического определения. Опытным игроком считается игрок, имеющий более 3 000 часов игрового опыта, а начинающим – игрок, имеющий менее 3 000 часов игрового опыта. Результаты опроса приведены в данных диаграммах:

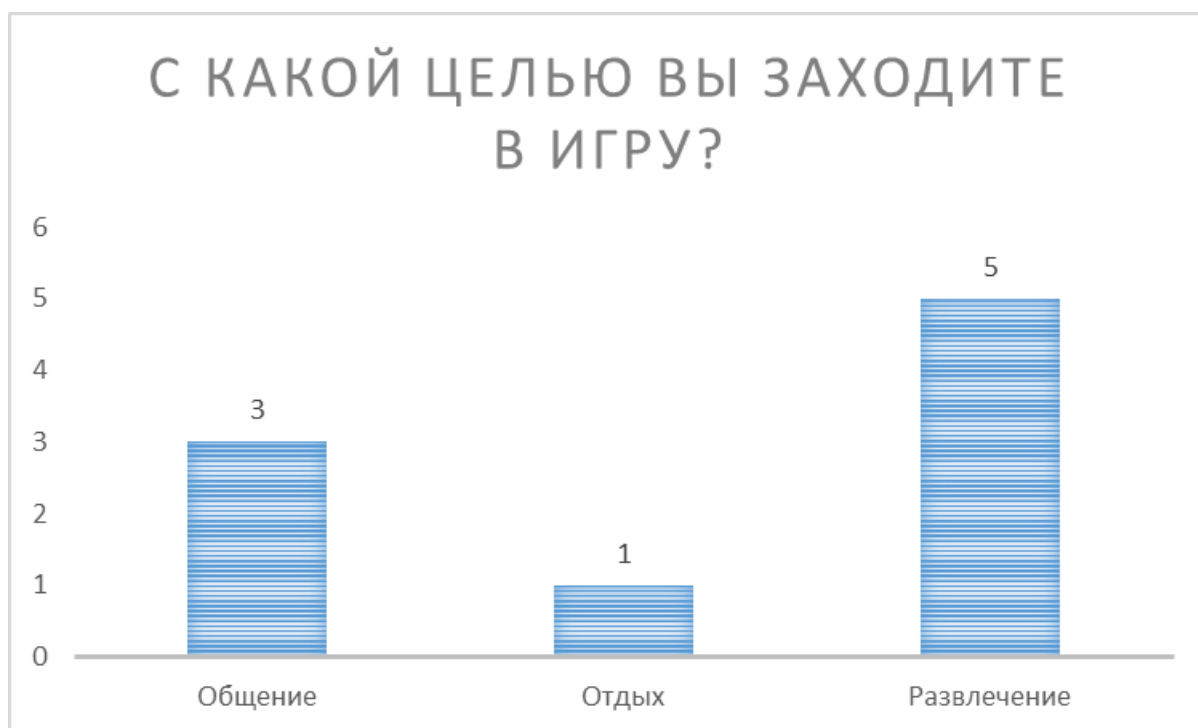


Рис. 1. Ответы на вопрос «С какой целью вы заходите в игру?»



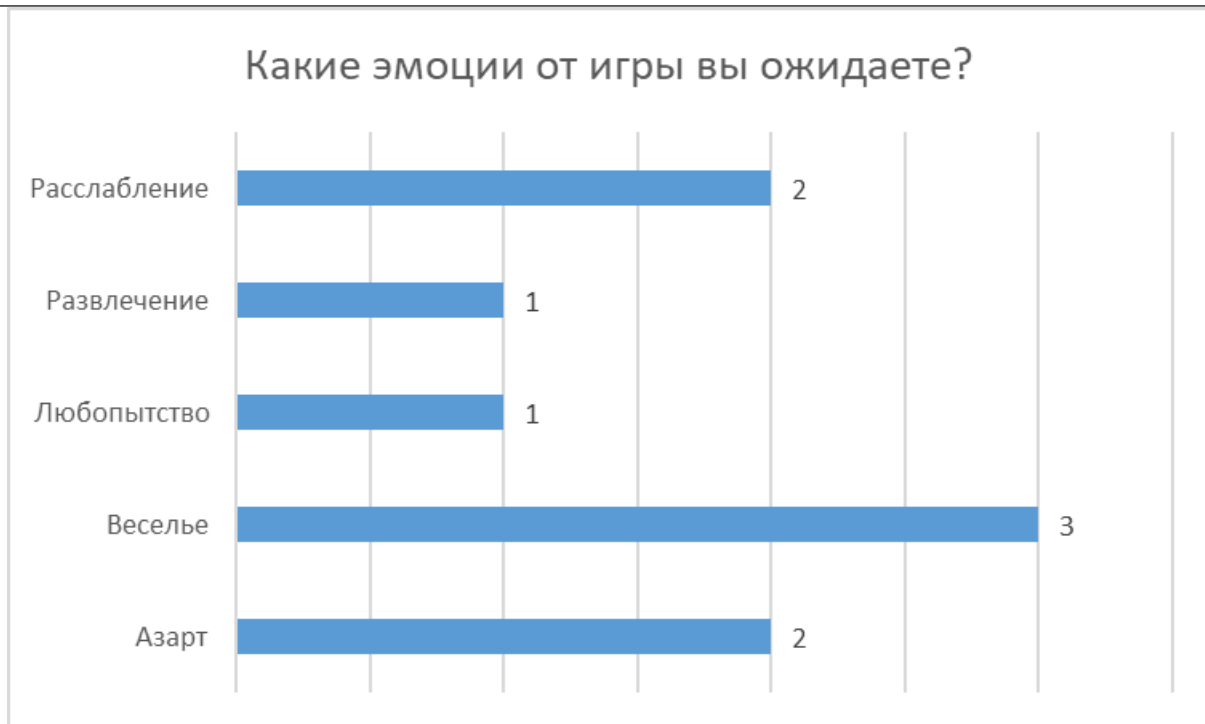


Рис. 2. Ответы на вопрос «Какие эмоции от игры вы ожидаете?»



Рис. 3. Ответы на вопрос «Сколько времени вы готовы потратить на игру?»

В первом вопросе большая часть респондентов проголосовала за вариант “Развлечение”. Однако стоит отметить, что четверо игроков, выбравший данный вариант ответа являются начинающими игроками, и

только один из них - опытный. В связи с этим можно сделать вывод, что опытные игроки в RP-играх предпочитают расслабляться и коммуницировать с другими игроками.

Во втором вопросе предлагалось выбрать эмоцию, которую испытывают игроки, находясь в игровом режиме Role-play. 3 респондентов ответило, что испытывают веселье в игре. Все респонденты, выбравший данный вариант, являются начинающими игроками. Опытные игроки предпочли выбрать вариант “Расслабление” и “Развлечение”.

В третьем вопросе мнения игроков разделились. Респонденты выбрали разное количество часов, однако опытные игроки предпочли проводить на игровом сервере более 7 часов, что свидетельствует о их непосредственной заинтересованности, в происходящем в игре.

По результатам опроса можно выявить следующие закономерности:

- опытные игроки предпочитают расслабляться и общаться, находясь в вирту-

альном пространстве. Их по-минимуму интересуют геймплейные элементы, они заинтересованы в происходящих в игре событиях;

- начинающие игроки ожидают ярких эмоций от игры, и не заинтересованы в последствиях их действий;

- опытные игроки предпочитают проводить в игре большую часть своего свободного времени.

Таким образом, игровой режим Role-play играет важную роль в жизни современного общества. Он помогает людям отвлечься от реальности, развиваться и учиться новому. RP-режим также может использоваться в различных обучающих программах и является очень полезным инструментом для развития социальных и коммуникативных навыков.

### Библиографический список

1. Соловьева Л. Н. Модусы цифрового бытия человека информационной эпохи // Общество: философия, история, культура. 2022. №4 (96). [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modusy-tsifrovogo-bytiya-cheloveka-informatsionnoy-epohi> (дата обращения: 12.03.2023).
2. Пасько Д.Н. Современные игровые движки // Инновационная наука. 2016. №2-3 (14). [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-igrovye-dvizhki> (дата обращения: 13.03.2023).
3. Рощин Ф. И. Исследование личностной сферы юношей, играющих в сюжетно-ролевые компьютерные игры // Кронос. 2019. №6 (33). [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-lichnostnoy-sfery-yunoshey-igrayuschih-v-syuzhetno-rolevye-kompyuternye-igry> (дата обращения: 13.03.2023).

Го Цзюаньцзюань  
Тамбовский государственный университет  
имени Г.Р. Державина  
Россия, Тамбов

## ФОЛЬКЛОРИРОВАННОСТЬ СТИХОТВОРЕНИЯ Г.Р. ДЕРЖАВИНА «ПЧЁЛКА»

**Аннотация.** На материале первой, по времени написания, русской авторской песни «Пчелка» на стихи Г.Р. Державина, прочно вошедшей в репертуар песенного народного жанра, рассматривается апеллятивно-онимное взаимодействие существительного «любушка» и диминутив Любушка. Устанавливается, что формированию оппозиции «имя нарицательное – имя собственное» в песенном тексте «Пчёлочка золотая» способствовала фольклоризованность державинского стихотворения, что отражает пример яркого приёма народной поэтической выразительности.

**Ключевые слова:** Г.Р. Державин, имя нарицательное, оним, оппозиция.

Guo Juanjuan  
Tambov State University named after G.R. Derzhavin  
Russia, Tambov

### FOLKLORING OF A POEM G.R. DERZHAVIN «BEE»

**Abstract.** On the material of the first, by the time of writing, Russian author's song «Bee» to the verses of G.R. Derzhavin, which has firmly entered the repertoire of the folk song genre, the appellative-onymic interaction of the noun «lyubushka» and the diminutive Lyubushka is considered. It is established that the formation of the opposition "a common name - a proper name" in the song text «Golden Bee» was facilitated by the folklorization of Derzhavin's poem, which reflects an example of a vivid reception of folk poetic expressiveness.

**Key words:** G.R. Derzhavin, common noun, onym, opposition.

Будучи компонентом лексической системы языка, имена собственные имеют особую концептуальную значимость смысла в рамках определенного поэтического текстового контекста или текста в целом.

Становление литературной ономастики как науки и особенности ономастики русского художественного текста подробно рассмотрены в работах С.А. Скуридиной [1].

Интересен факт, что первая, по времени написания, русская авторская песня «Пчелка» была написана на стихи Гаврилы Романовича Державина (1796 г.), прославившему Тамбовский край многими нововведениями «на пользу общую», например, выходом первой в стране провинциальной газе-

ты под названием «Тамбовские губернские ведомости» (с 1788 г.).

Державинская песня «Пчелочка золотая» прочно вошла в песенный репертуар донских и кубанских казаков, которые считают ее исконно народной. Эта песня была популярной в студенческой среде Казанского университета в 1840-1860-е годы [2].

В тексте, ставшим народным, отражается результат апеллятивно-онимного взаимодействия – имени нарицательного и формы диминутива (уменьшительное, ласкательное или гипокористическое имя) как одного из ярких приемов выразительности в донской казачьей песне.

«Али ты не любишь любушку мою,

Жаль, жаль, жалко мне Любушку мою.  
У моей у Любы русая коса,  
Жаль, жаль, жалко мне,  
Русая коса».

В донской казачьей песне использован диминутив Любушка от усеченной формы Люба полного женского имени Любовь (от этого имени образуются и другие уменьшительно-ласкательные формы типа Любонька, Любашечка, Любочка, Любаша, Любава и др.). Заметим, что Г.Р. Державин в своем стихотворении использовал имя Лиза: «Или ты любишь Лизу мою?».

Женский антропоним Любушка вступает в корреляцию с нарицательным существительным «любушка» в значении «любимая женщина, девушка» и образует оппозицию «имя нарицательное – имя собственное».

Эта оппозиция являет собой пример нейтрализации, которая характеризует лексическую оппозицию, позволяющую установить системный характер субъекта и значимость его как члена оппозиции, демонстрирует результат апеллятивно-онимного взаимодействия слов в системе языка и степень выраженности образности песенного народного творчества. Апеллятивно-онимная оппозиция в державинской песне, эксплицирующая информацию о поэтическом образе, отражает народные поэтические воззрения о любимой женщине.

В оппозиции «любушка – Любушка» маркированным следует признать имя нарицательное, когда в песенном тексте оно снижает свою денотативную семантику и ей противопоставляется референциальная семантика собственного имени – на первый план выдвигается женское имя Любушка, используемое в разговорно-бытовой речи, в повседневном быту, о чем свидетельствует целый ряд омонимичных слов нарицательных, способных быть диминутивными формами от имени Люба. Ср.: «казноба», «милашка», «милаша», «милушка», «любаша», «любавочка», «милка», «любушечка», «любушенька», «любуша», «любашенька» и другие.

Подобного рода оппозиции проявляются не в отношении всех имен собственных, но потенциально любое нарицательное имя существительное способно стать именем собственным, т.е. перейти в любой разряд ономастикона, например: груша сорта «Любушка», художественный фильм «Любушка»

(1961 г.), различные торговые точки под названием «Любушка».

Как видим, одно и то же имя собственное может быть:

1) приложением к разным, но в одинаковой или относительно одинаковой мере уникальным объектам, относящимся к разным классам объектов (распространенное и регулярно повторяющееся женское имя Лена (иногда совпадающее с гипокористической формой имени Елена), название реки Лены, гостиница «Лена», парикмахерская «Лена/Елена»);

2) приложением одного уникального имени к множеству объектов (Афрасиаб/Афросияб или Афрасияб – название древнего городища, название поезда, гостиницы и т.д.)

Что касается имен собственных, материально совпадающих с именами нарицательными, проще говоря – с обиходными словами того же языка, к числу которых относится слово «любушка», то эти совпадения можно рассматривать как омонимы, здесь мы можем прямо сказать, что такое явление по существу неотлично от омонимии.

Имена нарицательные могут моделировать семантическую структуру онимов и придавать ей весьма сложный характер, который обогащается и развивается в ходе переноса онимов с одного класса предметов на другой, переноса одних и тех же онимов на другие объекты, образования онимов от онимов.

Имя собственное всегда ассоциируется с конкретным субъектом или объектом как едином мыслительном целом, что позволяет говорить об особом способе познания действительности и высокой степени выполнения функции актуализации значения ономастической единицы, обладающей определенной семантикой и способствующей более осмысленному пониманию всего текста.

Современные ученые обращают внимание на непреходящую языковую антропоцентричность, которая связана с конкретным сознанием конкретного индивида, его познанием окружающей действительности и построением ономастической системы в индивидуальном сознании [3]. Речь идет о том, что в триединстве субстанции человек – язык – текст главенствующей сущностью является человек.

Все знаменательные слова, к числу которых относятся как имена собственные, так и имена нарицательные, выполняют номинативную функцию. Человек мысленно представляет себе конкретный объект/субъект, пытаясь отразить в нём имеющееся знание в языковом сознании и закрепить за ним определенную форму репрезентации в языке. Обладая широкими коннотациями, имена собственные формируют особые зоны ономастического значения, как следствие – появляются образы и мифы.

Следовательно, обсуждая семантику онимов, нет необходимости акцентировать внимание на номинативном характере

имён собственных. Язык служит инструментом номинативных операций и способом фиксации полученных знаний.

Таким образом, оппозиция «любушка – Любушка» отражает отношение между именем собственным и именем нарицательным, оба опозита объективируют явную образность, которая становится объектом изучения поэтической ономастики.

Зародившаяся в контексте исследований эстетических ресурсов ономастических единиц в произведениях художественной литературы, поэтическая (художественная) ономастика расширяет свой материал и обретает новые грани.

### **Библиографический список**

1. Скуридина С.А. Ономастический код художественных текстов Ф.М. Достоевского: автореф. дис. ....д. филол.н. Елец, 2020. 40 с.
2. Щербак А.С. // Ментальные уровни в семантике топонима: Учкудук // Неофилология. 2022. Т. 8, № 4. – С. 697-704.
3. Щербак А.С. Лингвокраеведение: учебно-методическое пособие. Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2011.

Д. О. Ачилова  
Самаркандский государственный университет  
имени Шарофа Рашидова,  
Узбекистан, Самарканд

## ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ОНИМНЫМ КОМПОНЕНТОМ В ПОЧЕРКЕ А.С. ПУШКИНА

**Аннотация.** На примере фразеологизмов с антропонимическим и топонимическим компонентами в произведениях русского поэта А.С. Пушкина выявляется приоритетность отражения в структуре фразеологической единицы антропонимических знаний. Устанавливается, что на базе уже имеющихся в языке имен собственных создается высокая информативность и экспрессивность фразеологической семантики.

**Ключевые слова:** произведения А.С. Пушкина, фразеологическая единица, антропоним, топоним.

Diana O. Achilova  
Samarkand State University  
named after Sharof Rashidov  
Uzbekistan, Samarkand

### PHRASEOLOGICAL UNITS WITH AN ONYM COMPONENT IN THE HANDWRITING OF A.S. PUSHKIN

**Abstract.** Using the example of phraseological units with anthroponomic and toponymic components in the works of the Russian poet A.S. Pushkin, the priority of reflection in the structure of the phraseological unit of anthroponomic knowledge is revealed. It is established that on the basis of proper names already available in the language, high informativeness and expressiveness of phraseological semantics are created

**Keywords:** works of A.S. Pushkin, phraseological unit, anthroponym, toponym.

В наши дни. интерес к изучению творческого наследия А.С. Пушкина не ослабевает. Ученые вновь и вновь обращаются к осмыслению его поэтической фразеологии, высвечивая новые грани содержательного пространства фразеологической единицы.

Обращение к языковой личности выдающегося русского поэта, основоположника классического русского языка и литературы А.С. Пушкина продиктовано развитием антропоцентрического направления в области современной ономастики [1, с. 697-704; 2, с. 143-148; 3, с. 201-205; 4, с. 175-178; 5, с. 88-95], с решением проблем соотношения языка и культуры, репрезентации культуры в языке [6].

Реализация идей антропоцентризма исключительно важна при лингвокультурологическом анализе фразеологии с компонентом «имя собственное» известного текста, поскольку такой анализ (а в практике преподавания неродного языка – лингвокультурологический комментарий) предполагает исследование достаточно репрезентативного фрагмента национальной культуры, в который включена ономастика, обозначаемая рассматриваемым, комментируемым фразеологизмом.

Ученые подчеркивают: «Культурологическая и страноведческая информативность имен собственных, с одной стороны, эксплицируют идею текста, авторские интенции, а с другой – могут ограничивать чита-



тельную деятельность в осмыслении функциональных возможностей ономастических единиц в тексте» [7, с.201].

Исходя из того, что значение фразеологической единицы с онимом становится понятным только на фоне знаний, которые стоят за значением онима и обеспечивают понимание фразеологизма, мы рассматриваем фразеологическую единицу на фоне некоторой базовой для нее структуры ономастических знаний.

Ономастические знания включают различные виды знаний: антропонимические знания – наши знания об именовании человека (полное и усеченное имя, отчество, фамилия, прозвище, кличка и т.д.), топонимические знания – знания о названии топонимов (географической местности). Из этого следует, что ономастические знания есть результат познавательной деятельности окружающей действительности и представлены они как определённая система, элементом которой является тот или иной тип ономастического знания.

Заметим, что хронологически отмеченные фразеологизмы, в нашем случае фразеологизмы эпохи Пушкина, непосредственно связаны с «памятью слова», имеют прямое отношение к «фоновым знаниям», отображающим национальную специфику картины мира в противопоставлении уни-

версальным фоновым знаниям (термин Ю.Н. Караулова).

Ономастический компонент фразеологизма наделён способностью указывать на значение фразеологизма, отражая выразительность содержательной структуры фразеологической единицы, культурную ситуацию рассматриваемого времени, ярко выраженную эмоциональную окраску.

Фразеологический фонд любого языка содержит устойчивые выражения, связанные с наименованием человека или географической местностью (антропонимы и топонимы), и непосредственное вербальное выражение не только окружающей человека действительности, но и ее национально маркированное осознание с помощью фразеологических единиц.

А.С. Пушкин использовал колорит русской фразеологии, её способность быть яркой, выразительной, эмоциональной и емкой и в то же время способствовал появлению в русском языке новых устойчивых единиц. Например, «Остаться у разбитого корыта», что означает «потерять все»; «Дела давно минувших дней», т.е. очень давно.

Антропонимы и топонимы в структуре устойчивой единицы были использованы А.С. Пушкиным в разных произведениях (см. Таблица № 1, Таблица № 2).

Таблица № 1

#### Имя собственное (антропоним) как компонент фразеологизма в произведениях А.С. Пушкина

Антропоним в составе фразеологизма	Название произведения
«Трусоват был <b>Ваня</b> бедный»	стихотворение «Вурдалак» из цикла «Песни западных славян»
«Мне не смешно, когда маляр негодный мне пачкает мадонну <b>Рафаэля</b> »	трагедия «Моцарт и Сальери»
«Птенцы гнезда <b>Петрова</b> »	поэма «Полтава»
«От <b>Ромула</b> до наших дней»	поэмам «Евгений Онегин»
«Ай да <b>Пушкин!</b> ай да сукин сын!»	из писем А.С. Пушкина
«Тяжела ты, шапка <b>Мономаха</b> »	драма «Борис Годунов»

**Имя собственное (топоним) как компонент фразеологизма  
в произведениях А.С. Пушкина**

<b>Топоним в составе фразеологизма</b>	<b>Название произведения</b>
«Цыгане шумною толпой по Бессарабии кочуют»	поэма «Цыганы»
«Окно в Европу»	поэма «Медный всадник»
«От финских хладных скал до пламенной Колхиды»	стихотворение «Клеветникам России»)

Как показывают таблицы, антропонимы преобладают в структуре фразеологических единиц, отмеченных в произведениях А.С. Пушкина.

Значение фразеологической единицы становится понятным только в контексте других структур знаний, которые стоят за тем или иным антропонимом и обеспечивают понимание фразеологизма в целом. Так, фразеологизм «Птенцы гнезда Петрова» содержит имя Петр и сопряжен с ключевой исторической личностью Петра Первого, создавшего Российскую империю. Ближайших сподвижников, *приверженцев*, соратников, близких друзей Петра Первого поэт назвал «птенцами» его «гнезда», т.е. всех тех, кто преданно помогал царю исполнять внедрять новые изменения в жизненный уклад русских людей.

*«...За ним вослед неслись толпой  
Сии птенцы гнезда Петрова –  
В прелюбных жребиях земного,  
В трудах державства и войны  
Его товарищи, сыны...»*

В поэме «Полтава» (1829 г.) А.С. Пушкин назвал «взращённых» сподвижников Петра I «птенцами из гнезда» потому, что люди для службы у государя могли быть «неоперившимися» из любого сословия. Дворянин, разночинец, крестьянин «проходили его школу» и становились верными Петру Первому и величайшими государственными деятелями.

### **Библиографический список**

1. Щербак А.С. // Ментальные уровни в семантике топонима: Учкудук // Нефилология. 2022. Т. 8, № 4. С. 697-704.
2. Щербак А.С. Базовые положения теории когнитивной ономастики // Когнитивные исследования языка. 2013. № 14. С. 143-148.
3. Щербак А.С. Общерусское слово как базовая единица в когнитивной системе носителя языка (на материале тамбовских топонимов // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2011. № 4 (96). С. 201-205.

В современных фразеологических словарях и справочниках фразеологизм «Птенцы гнезда Петрова» имеет пометы «Книжн. Устар» [8].

Попутно заметим, что притяжательное прилагательное в составе фразеологизма, например, на страницах Интернета пишется то с заглавной буквы, то со строчной – «Птенцы гнезда Петрова» и «Птенцы гнезда петрова». Как же правильно?

В этом случае следует обратить внимание на суффиксы. Правило гласит: если в притяжательном прилагательном есть суффикс -ОВ, -ЕВ или -ИН, то оно пишется с заглавной буквы. Если же в нём суффикс -СК», то со строчной буквы. Следовательно, согласно правилам русской орфографии следует писать «Птенцы гнезда Петрова».

Итак, для рассматриваемого фразеологизма базовой структурой знания является антропонимическое знание, которое является посредником между значением языковой единицы и выполнением ею знаковой функции.

План содержания фразеологической единицы «Птенцы гнезда Петрова» и закрепленная за ней культурная коннотация становятся знанием.

Культурная коннотация создается референцией фразеологизма к антропонимической области русской национальной культуры.

4. Щербак А.С. Уровни концептуализации и категоризации в ономастике // Ономастика и общество: язык и культура. Мат-лы Первой Всерос. научн. конф. Тамбов: Издательский дом ТГУ Г.Р. Державина, 2010. С. 175-178.
5. Щербак А.С., Ду Ч., Хэ Ю. Исследование урбанонимических единиц в рамках когнитивного подхода // Вопросы когнитивной лингвистики. 2018. № 4 (57). С. 88-95.
6. Кадымова Д.Р. Отражение ономакультурологических знаний в произведениях Алишера Навои // Неофилология. 2022. Т. 8, № 4. С. 869-874.
7. Щербак А.С., Кадымова Д.Р. Ономастическая составляющая деятельности преподавателя русского языка как иностранного // Русский язык в поликультурной среде: наука, культура, межкультурная коммуникация: материалы Международной научно-практической конференции/ под ред. Т.В. Васильевой (отв. ред.). Самарканд - Москва 2022. С. 201-204.
8. Фёдоров А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка: ок. 13 000 фразеологических единиц. М.: Астрель: АСТ, 2008. 878 с.

Ван Ифань  
Тайюаньская школа иностранных языков  
Китай

## ФУНКЦИИ МЕТАФОРЫ В РОМАНЕ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО «БРАТЯ КАРАМАЗОВЫ» И СПОСОБЫ ЕЕ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ В ОБРАЗНУЮ КАРТИНУ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ

**Аннотация.** Статья посвящена анализу роли и функций, которые выполняют метафоры в романе Ф. М. Достоевского «Братья Карамазовы». Устанавливаются границы адекватности воспроизведения метафорических выражений на китайском языке метафорических образов русскоязычной художественной прозы Ф. М. Достоевского. Указываются трансформации, к которым прибегали китайские переводчики для того, чтобы интегрировать метафоры их произведения «Братья Карамазовы» в образную картину мира китайской культуры.

**Ключевые слова:** метафора, метафорический образ, интеграция метафор, трансформация художественного перевода, «Братья Карамазовы», проза Достоевского.

Wang Yifan  
Taiyuan School of Foreign Languages  
China

### THE FUNCTIONS OF METAPHOR IN F. M. DOSTOEVSKY'S NOVEL "THE BROTHERS KARAMAZOV" AND THE WAYS OF ITS TRANSLATION INTEGRATION INTO THE FIGURATIVE PICTURE OF CHINESE CULTURE

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of the role and functions that metaphors perform in F. M. Dostoevsky's novel "The Brothers Karamazov". The limits of the adequacy of the reproduction of metaphorical expressions in Chinese of metaphorical images of Russian-language fiction by F. M. Dostoevsky are established. The transformations resorted to by Chinese translators in order to integrate the metaphors of their work "The Brothers Karamazov" into the figurative picture of the world of Chinese culture are indicated.

**Keywords:** metaphor, metaphorical image, integration of metaphors, transformation of literary translation, "Brothers Karamazov", Dostoevsky's prose.

Художественный перевод представляет собой один из самых сложных видов переводческой деятельности. Дело в том, что он предполагает одновременную передачу, сохранение и интеграцию атмосферы сюжета, заложенной автором, стилистики прозаического произведения. Ключевая задача переводчика при работе с текстом художественной литературы заключается в таком случае в том, чтобы передать замысел, мысли и

чувства автора подлинника посредством перевоплощения его образов в материал другого языка, а также в том, чтобы максимально точно воспроизвести картину мира, заложенную автором. Следует отметить, что именно метафорика обеспечивает возможность воспроизведения такой картины мира, а следовательно, качественный и адекватный художественный перевод метафорических образов оригинального ли-

тературного произведения приобретает еще большую важность.

Работа над переводом стилистических средств является достаточно сложной и многогранной. Она представляет собой не просто замену слов одной части языка с помощью другого, а заключает в себе психологические, литературоведческие, этнографические знания и другие аспекты человеческой деятельности, которые в объединении с историей той или иной страны должны составлять основу профессиональной квалификации переводчика. Именно сложность художественного перевода и переводческой интеграции метафорических выражений одного языка в другой, является главным фактором активной научной дискуссии в рамках рассматриваемой проблемы. Так, в частности, к исследованию данной проблемы в свое время обращались такие ученые из разных научных областей, как: В. Э. Сало (2013) [1], И. И. Пакулева, Л. В. Никитинская (2017) [2], В. Чжан, С. А. Еремина (2019) [3], М. Б. Раренко (2022) [4] и многие другие.

Однако, несмотря на это, многие проблемы, связанные с художественным переводом метафорических выражений, все еще остаются нерешенными. Практика перевода метафор нуждается в обсуждении и решении ряда лингвистических, литературоведческих, культурологических и других проблем.

Актуальность проведения настоящего исследования определяется в первую очередь важностью правильного перевода художественных произведений и, в частности, метафорических выражений с русского на китайский язык, а также необходимостью выработки комплексного подхода к определению степени адекватности перевода метафор в аспекте сопоставления их с образцами оригинальной версии произведения.

Цель исследования заключается в установлении границ адекватности воспроизведения на китайском языке метафорических образов русскоязычной художественной поэмы Ф. М. Достоевского.

В разных стилях языка, особенно в стилях художественной литературы, широко используются языковые средства, которые усиливают действенность изречения посредством того, что к ее логическому содержанию прилагаются разнообразные

экспрессивно-эмоциональные оттенки. Основным отличием художественной речи от других форм является то, что на нее возлагается эстетическая функция. Она реализуется посредством представления окружающей действительности в образной, конкретно-чувственной форме.

Для того, чтобы усилить степень выразительности художественной речи писатели используют самый разный набор средств и инструментов. В их числе оказываются главным образом тропы – так называемые лексические средства, посредством которых создается образность. Одним из самых распространенных видов троп является метафора.

Будучи уникальным языковым и речевым явлением, метафора, безусловно, привлекает к себе большое внимание в научной среде. Теоретический и практический интерес к ее изучению, особенно в контексте русско-китайских переводов стремительно возрос особенно за последние несколько десятилетий под влиянием развития двусторонних отношений между Россией и Китаем.

Следует отметить, что в рамках настоящего исследования мы придерживаемся такого рабочего определения рассматриваемого явления, которое предполагает, что метафора – это синтез, базирующийся на сходстве двух или более объектов наблюдения в единственный доминирующий образ, выраженный в языке самостоятельным, внутренне уравновешенным структурным единством [5].

Основными функциями, которые метафора выполняет в художественном тексте, являются: номинативная (конкретизирующая, обобщающая, иллюстративная); эстетическая, эмоционально-оценочная [6]. Детализируем каждую из перечисленных функций и особенности их реализации на примере произведения Ф. М. Достоевского «Братья Карамазовы»:

1) Метафора, как языковое явление, не выходит за пределы конкретной лексики и используется в текстах художественной литературы преимущественно для номинативных целей. С номинативной точки зрения в таком случае метафора выступает техническим приемом образования имен предметов (например, «бездарный либеральный мешок», «горячее сердце», «крепость неприступная»). Благодаря реализа-



ции номинативной функции метафора в «руках» Ф. М. Достоевского выступает своеобразным инструментом познания и откровения действительности для читателя.

2) Второй важнейшей функцией метафор, используемых в произведении «Братья Карамазовы», является эстетическая функция. Она проявляется главным образом в том, как автор – Ф. М. Достоевский стремится обеспечить соответствие используемых единиц своему ключевому предназначению или индивидуальному идеалу (к примеру, «светло улыбнулся Алеша», «дрожало сердце», «потрясло его душу восторгом», «самый фантастический вихрь поднялся в голове его»).

3) И, наконец, эмоционально-оценочная функция метафорических выражений, используемых Ф. М. Достоевским в произведении «Братья Карамазовы», реализуется как совокупность двух предыдущих (например, «сердце его сжималось от боли», «злбно закипело его сердце», «лист вам похвальный выдаю», «Россия крепка березами»).

Обзор реализуемых метафорами функций в художественном тексте Ф. М. Достоевского, говорит о том, что в процессе их перевода на китайский язык лингвист обязательно должен руководствоваться многоаспектностью образной информации, которая обуславливается в свою очередь полифункциональностью образных единиц русского языка, в частности – метафор [7].

Постепенно в рамках настоящей статьи мы подошли к вопросу о том, как воспроизводить метафорические выражения в переводном художественном тексте. Современные лингвисты склонны утверждать о существовании фундаментальных способах перевода метафоры: полный перевод; перевод с добавлением/извлечением; замена; структурная перестройка; традиционный перевод; параллельное наименование метафорической основы.

В рамках научной разведки нами был проведен анализ художественного произведения Ф. М. Достоевского «Братья Карамазовы» на языке оригинала и в переводе на китайский язык, который был сделан в 1988 году Жон Жудэ. Было отобрано и классифицировано около 50 метафор, а также исследованы способы их интеграции в образную картину китайской культуры.

Как и большинство авторов художественных произведений Ф. М. Достоевский стремился придать яркости, уникальности и выразительности своей речи, используя самые разнообразные виды метафор. Анализ показал, что наиболее часто встречаемыми являются метафорические описания.

С точки зрения перевода метафор на китайский язык, то Жон Жудэ отдал предпочтение прежде всего классическим способам, применяя в большинстве своем метод «традиционного соответствия». Гораздо более редкими в переводческой версии произведения «Братья Карамазовы» на китайский язык оказываются приемы замены, добавления и извлечения.

Помимо этого, следует отметить, что в процессе анализа перевода произведения «Братья Карамазовы» была обнаружена тенденция Жон Жудэ упрощать перевод метафорических выражений: замена с частичной потерей содержания, заложенного Ф. М. Достоевским; полное изъятие метафор в тех случаях, когда обеспечение их перевода, достойного авторскому оригиналу, не представляется возможным. Были также обнаружены некоторые приемы перевода нейтральных выражений – метафорическими, которые по мнению Жон Жудэ имели гораздо больший потенциал интеграции в образную картину представителей китайской культуры.

Рассмотрим подробнее способы воспроизведения метафор произведения «Братья Карамазовы» на русском языке и трансформации, которые применил китайский переводчик Жон Жудэ для сохранения выразительности и эмоциональности высказывания.

*«Впрочем я даже рад тому, что роман мой разбился сам собою на два рассказа».*

«不过，我甚至很高兴我的小说分成了两个故事».

В данном предложении наблюдается наличие одной метафоры «роман разбился». Если обратиться к переводу на китайский язык, то можно отметить, что она воспроизводится Жон Жудэ с помощью поиска соответствия и контекстуальной замены «的小说分成» - «роман разделен».

*«Ангелу в небе я уже сказал, но надо сказать и ангелу на земле».*



«我已经告诉了天上的天使，但我也必须告诉地上的天使».

Для перевода метафоры «ангелу в небе я уже сказал» Жон Жудэ использует метод поиска полного соответствия «我已经告诉了天上的天使», что ничуть не уменьшает ее эмоциональной окраски, заложенной изначально Ф. М. Достоевским.

«Вследствие холодного здравого рассуждения».

«...由于冷漠的常识...».

Метафора «холодного рассуждения» была переведена на китайский язык в метафорическом смысле, не менее экспрессивно, чем в русском оригинале «холодный здравый смысл» (кит. версия). В таком случае можно отметить применение приема трансформации и экспрессивации. В этом контексте также можно сказать о том, что метафора «冷漠的常识» - является широко употребительной в китайском языке и со-

ответствует образной картине носителя китайской культуры.

Таким образом, в результате проведенного анализа можно сказать о том, что перевод текстов художественной литературы – один из наиболее сложных и своеобразных типов перевода. Прежде всего это связано с высокой степенью образности художественного языка. Исследование применяемых переводчиком способов воспроизведения метафор на китайском языке и сопоставление их с описанными в лингвистической литературе демонстрирует отсутствие какой-то четкой определенной универсальной модели перевода. Вполне очевидно, что в каждом конкретном случае перед переводчиком не стоит задача выбора из нескольких готовых вариантов, а он должен осуществлять прежде всего творческий поиск выхода из языковой ситуации, который позволит ему выйти с наименьшими потерями с точки зрения сохранения стилистики и содержания оригинала произведения.

### Библиографический список

1. Сало В. Э. Особенности перевода образной метафоры (на примере романа Ф. М. Достоевского «Братья Карамазовы» и его перевода на английский язык) // Язык и культура. № 5. 2013. – С. 79-82.
2. Пакулева И. И., Никитинская Л. В. Употребление приемов дословного перевода и лексической замены при переводе метафорических выражений (на примере романа Ф. М. Достоевского «Братья Карамазовы») // Вопросы лингводидактики и переводоведения. 2017. – С. 291-295.
3. Чжан В., Еремина С. А. Пространственная метафора в китайском и русском языках // Педагогическое образование в России. 2019. № 4. – С. 107-111.
4. Раренко М. Б. Перевод метафор // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6. – С. 79-90.
5. Богданова Е. С. Метафора в художественном тексте: функции, восприятие, интерпретация // Вестник Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина. 2016. – С. 134-145.
6. Майер П. А. Специфика функционирования метафор и мотивация их использования в романе Ф. М. Достоевского «Братья Карамазовы» // Проблемы современной науки и образования. 2016. – С. 51-54.
7. Пращерук Н. В. Метафорическая репрезентация персонажей в романе Ф. М. Достоевского «Братья Карамазовы» // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2021. № 3. – С. 5-10.

Nadezhda N. Pivkina  
National Research University «MPEI»  
Russia, Moscow

## COGNITIVE METAPHOR AS A PHENOMENON OF LINGUISTIC EXISTENCE IN THE ALTAI DISCOURSE

**Abstract.** The article discusses the concept of cognitive metaphor, which is a phenomenon of the linguistic existence of the discourse of the Altai Germans. The cognitive metaphor in the Altai discourse reflects the originality of thinking and cognition of the Altai Germans, and also, it is not only the most important rhetorical means, but also the result of comparing the unknown with the known and serves the purpose of categorizing objects and phenomena of the surrounding world.

**Keywords:** cognitive metaphor, linguistic existence, Altai Germans, discourse.

Н.Н. Пивкина  
Национальный исследовательский университет «МЭИ»  
Россия, Москва

## КОГНИТИВНАЯ МЕТАФОРА КАК ФЕНОМЕН ЯЗЫКОВОГО СУЩЕСТВОВАНИЯ В АЛТАЙСКОМ ДИСКУРСЕ

**Аннотация.** В статье рассматривается понятие когнитивной метафоры, которая представляет собой феномен языкового существования дискурса алтайских немцев. Когнитивная метафора в Алтайском дискурсе отражает своеобразие мышления и познания алтайских немцев, а также, она является не только важнейшим риторическим средством, но и результатом сопоставления непознанного с познанным и служит цели категоризации предметов и явлений окружающего мира.

**Ключевые слова:** когнитивная метафора, языковое существование, Алтайские немцы, дискурс.

According to A. N. Baranov, editor-in-chief of Lakoff and Johnson, a conceptual metaphor is "a stable correspondence between the source domain and the target domain, fixed in the linguistic and cultural tradition of a given society. [1, p. 9]. Cognitive metaphor is a metaphor that reflects the specificity of human thinking and cognition, arising not so much as a rhetorical means of decorating speech, but, above all, as a result of comparing the unknowable with the knowable, and serves the purpose of categorizing objects and phenomena of the surrounding world. Categorization implies bringing the diversity of human experience under certain groups and categories, as well as the distribution of incoming information to the senses into headings united by the commonality of signs and characteristics. When perceiving a specific

object for which a category already exists, it is not difficult for a person to relate this new object to an existing category, provided that the object has all the necessary attributes and features of that category. Cognitive metaphor arises as a result of the interaction between two mental (conceptual, cognitive) spaces - target-space and source-space. Mental space can be defined as a set of linguistic and non-linguistic knowledge, stored in long-term memory and reflecting human ideas about objects and objects of real reality, arising as a result of the process of knowledge of the world on the basis of sensory-motor, cultural-social and individual experience. [2]

Conceptual metaphors have the ability to fold into more global coordinated structures - the so-called "cognitive models. Cognitive

models are psychological and cognitive categories that are similar in their properties to the concept of a gestalt that exists within cognitive psychology - a unit of consciousness, an integral image structure [3].

According to the founders of the concept of cognitive metaphor, "our conceptual system is metaphorical in its basis", "we understand the world, think and act in metaphorical terms", "metaphors are not just understood, but may also have the properties of significance and truth". [4, C. 208]. Metaphor is capable of expressing "a stable similarity, equally perceived by all members of the linguistic collective" [5, P. 107]. [5, C. 107]. Such reproducible, repeated, stable transfers from the cognitive structure of the "source domain" to the cognitive structure of the "target domain" form metaphorical models. A. P. Chudinov gives the following definition of a metaphorical model: "A metaphorical model is a scheme of connection between conceptual spheres existing and/or forming in the consciousness of native speakers, which can be represented by a certain formula "X is Y" [6].

One of the most important concepts of cognitive metaphor is the concept of 'mapping' between elements of the target space and elements of the source space, with conceptual elements of one domain serving as a structural base for conceptual elements of the other.

The linguistic creativity of the German community took place in the context of social life, which was connected with specific historical conditions. The 18th century for the modern state of the behavioral organism "Altai Germans" is the starting point in communicative history, from which the emergence and development, and movement forward along the temporal axis of German-Russian discourse begins. German discourse in the 18th century comes to Russia in the form of the "German spirit", the "inner form of language", in the form of cognitive metaphors, which are "the absolutely inner and intellectual part that actually constitutes language, it is, the application for which language uses the sound form". The practical use of language by the German community was a social interaction with language, that is, collectively; there was a transformation of language by the community to achieve certain goals. This social interaction took place in appropriate social forms (new "language," new formal means, cognitive metaphors) necessary for the construction of Altai discourse.

Altai Germans in the ethnic boundaries of the territory of residence use a language code, which allows them to attribute special meaning to events and thereby create their own text of events, defining their place in the historical process. The language of Altai Germans, on the one hand, unites the Altai German community, providing the possibility for communication between its members and the same reaction to the events. On the other hand, it organizes information, determining the selection of meaningful facts and establishing a certain connection. The language of a given society naturally changes over time, which does not exclude the possibility of distinguishing synchronous slices that allow for a description of it as a functioning organism. The behavioral organism is interpreted as an adaptive subsystem, on which the social, cultural, personal subsystems are based [7, p. 56]. Communicative actions allow constructing linguistic constructions, using cognitive metaphors to express, among other things, knowledge about the past - the linguistic organization of the world by genetic Germans. The central component of communicative actions of Altaic Germans are cognitive metaphors, which they use to fix the conscience of linguistic existence in the oral and written history: *Aag un Noas ufraiße* «Auge und Nase aufreißen» (удивляться), «uf'm Hals, uf'm/im K'nick sitze, hocke auf dem Hals, auf dem/im Genick sitzen, hocken (быть обузой), pis iwer'n/in de Hals hawe, hänge bis über'n/ in den Hals haben, hängen (очень надоесть), iwer Hals un Kopf über Hals und Kopf (очень снешуть), wie Knoche em Hals, in Gorgel (stecke, sai) wie Knochen im Hals, in Gurgel (stecken, sein) (быть помехой), en ta Oage stecke «in die Augen stecken» (поддеть/задеть колким замечанием, надсмехаться), Oage ausputze «die Augen ausputzen» (присматриваться).

Altai Germans, in creating Oral History, act as historians, using language in the true sense of the word. "One of the most curious facts about language is that language not only expresses knowledge, but can also be used (in the true sense of the word) to construct linguistic entities that are both language and things simultaneously. And these linguistic entities of cognitive metaphors are the matrices for the production of new knowledge.

Thus, in metaphorizing the surrounding reality, Altaic Germans use two spheres in their discourse: the donor sphere, or, in other words, the source sphere of conceptualization, and the

recipient sphere, or the target sphere of conceptual metaphor. The source of metaphorization becomes the "departure sphere" and its target becomes the "arrival sphere". As a result, in Altaic discourse, there is a certain correspondence between source and target. The donor sphere represents the perception and generalization of practical experience of human life in the world. Thus knowledge within the sphere-donor is stored in the form of image schemas - relatively simple cognitive structures which are constantly and invariably reproduced in the process of physical interaction of the person with the

world. The obviousness and stability of this connection between the donor and the recipient can vary - from unstable metaphors to stable "erased" ones established in the society. Such stable correspondences between the donor sphere and the recipient sphere, which are clearly established in the linguistic and cultural tradition of any nation, are now called conceptual metaphors [Lakoff and Johnson 1990]. According to the descriptive theory of metaphor, such metaphorical projection is explained by the process of transferring a certain attribute of the source domain to the attribute of the target domain.

## References

1. Baranov A. N. Editor's Preface // Lakoff J., Johnson M. *Metaphors we live by: Translated from English / Edited and prefaced by A. N. Baranov*. 3rd ed. – M.: LKI Publishing House, 2017. – C. 7-21
2. Lavrova N.A. Cognitive metaphor as a way to represent knowledge in language and as a fundamental principle of human thinking. [Electronic Resource] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnaya-metafora-kak-sposob-predstavleniya-znaniya-v-yazyke-i-kak-osnovopolagayuschiy-printsip-chelovecheskogo-myshleniya/viewer>
3. Dunker K. Psychology of productive (creative) thinking / K. Dunker // *The Psychology of Thinking*. – M., 1965. – P. 86-234.
4. Lakoff J. *Metaphors We Live By: Translated from English / J. Lakoff, M. Johnson, ed. and prefaced by A.N. Baranov*. – M.: URSS, 2004. – 256 c.
5. Sklyarevskaya G. N. N. *Metaphor in the language system / G.N. Sklyarevskaya*. -SPb: Nauka, 1993. - 152 c.
6. Chudinov A. P. *Russia in the metaphorical mirror: cognitive study of political metaphor (1991-2000): monograph / A. P. Chudinov; Ural State Pedagogical University*. – Yekaterinburg: [b. i.], 2001. - 238 c.
7. Parsons, T. *The System of Modern Societies / T. Parsons*. – M., 1998. – P. 56-64.

## Раздел V

---

### **ТЕХНОЛОГИИ ОСВОЕНИЯ ПОЛИКООНТАКТНЫХ СРЕД КОММУНИКАЦИИ: СОЧЕТАНИЕ ЯЗЫКО- ВОГО МЕНЕДЖМЕНТА И КРОСС-КУЛЬТУРНОГО МАРКЕТИНГА**

### **Section V. TECHNOLOGIES FOR MASTERING MULTI-CONTACT COMMUNICATION MEDIA: A COMBINATION OF LANGUAGE MANAGEMENT AND CROSS-CULTURAL MARKETING**

Томаш Лещинский  
Университет кардинала Стефана Вышиньского в Варшаве  
Польша, Варшава  
Аделина Крохина  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## РОЛЬ МЕДИА ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

**Аннотация.** В статье описаны медиатехнологии, которые используются в процессе изучения иностранных языков, методы обучения иностранным языкам и роль интернета в изучении языков.

**Ключевые слова:** медиатехнологии, иностранные языки, методы обучения иностранных языков.

Tomasz Leszczyński  
Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw  
Poland, Warsaw  
Adeline Krokchina  
Altai State University  
Russia, Barnaul

THE ROLE OF MEDIA TECHNOLOGIES IN THE PROCESS OF LEARNING FOREIGN LANGUAGES

**Abstract.** The article describes media technologies that are used in the process of learning foreign languages, methods of teaching foreign languages and the role of the Internet in language learning.

**Keywords:** Media technologies, Foreign languages, Methods of teaching foreign languages.

### **Изучение иностранных языков в настоящее время**

В современных реалиях, владение иностранным языком стало необходимостью. Лингвистическая компетентность это не только инструмент, облегчающий общение, но и позволяющий приобретать информацию, необходимую для эффективного функционирования в динамично меняющейся реальности или использования возможностей, которые приносит с собой рынок труда. Современное иноязычное образование все чаще использует образовательные функции современных медиа, которые присутствуют как в организованной системе образования, так и в самообразовании.

### **Медиа технологии в процессе изучения иностранных языков**

Современные технологии обучения являются привлекательной формой препода-

вания с точки зрения содержания, но в то же время при использовании правильных стимулов они повышают эффективность процесса преподавания и усвоения материала за счет соответствующей адаптации к текущим потребностям и возможностям учащегося. Они представляют собой интересную форму индивидуализации образовательного сообщения, поскольку позволяют, как слушать, так и наблюдать. В то же время учащиеся имеют возможность использовать многие виды развивающих игр, пользоваться тематическими сайтами, викторинами, тестами, которые можно решить в Интернете. Еще один дидактический инструмент в обучении иностранному языку связан с компьютерными программами, которые позволяют формировать все языковые компетенции, и, таким образом, у преподавателей есть возможность контроли-



ровать прогресс в учебном процессе своих учеников. Учащиеся создают свое собственное языковое портфолио в виде каталога слов и фраз, в то время как преподаватели выступают в этом процессе в качестве инспекторов и гидов. Мультимедийные решения позволяют учащимся учиться во время внеклассных занятий, а также контактировать с людьми, которые говорят на том же языке, что и их родной. Очень эффективным способом обучения иностранному языку является реализация проектов, поддерживаемых информационными технологиями. Это идеальный способ совместной работы в группе, когда иностранный язык используется параллельно с основной учебной программой и, что очень важно, приобретает практическое измерение, повышая эффективность процесса обучения [1]. Современные дидактические методы также могут быть использованы в качестве дополнения или даже базового элемента при создании авторских программ уроков иностранного языка. Несмотря на несомненные преимущества, современные дидактические методы часто воспринимаются как инструменты, являющиеся универсальным способом достижения успеха в процессе обучения. В повседневной практике преподавания иностранного языка в начальных школах, средних школах, учреждениях среднего образования и в высших учебных заведениях информационные технологии стали распространенным дидактическим инструментом [2]. Особенно в высших учебных заведениях преподаватели используют платформы электронного обучения, рассматривая их как неотъемлемый компонент традиционных занятий. Преподаватели иностранного языка могут использовать любые материалы, доступные в Интернете. К ним относятся веб-сайты, сайт YouTube, онлайн-форумы, различные типы интерактивных платформ [3]. Учитель должен полностью отдавать себе отчет в том, что применение современных технологий в качестве дидактических инструментов не приносит желаемого эффекта, если оно не основано на хорошо продуманном методическом процессе. Прежде всего, необходимо внести изменения во все аспекты преподавания и, следовательно, в широко понимаемую философию образования. Сами учителя иностранных языков, а также школьное учреждение должны создавать условия, по-

зволяющие учителям овладевать новыми технологиями, но также школы должны быть готовы оценивать компетентность учителей в этой области. Если человек, проводящий занятия, не обладает достаточными знаниями и практикой, то он/она с большей готовностью возвращается к традиционным дидактическим формам. В настоящее время преподаватели иностранных языков располагают проекторами ОНР, позволяющими проводить мультимедийные презентации, проигрывателями CD и DVD или интерактивными досками. Однако в настоящее время Интернет стал доминирующим методическим инструментом, используемым в обучении иностранному языку. Утверждение о том, что Интернет внес свой вклад в революцию, если можно так выразиться, в преподавании иностранных языков [4]. Компьютер с подключением к Интернету становится эффективным инструментом, обеспечивающим доступ в режиме реального времени к аутентичным и, самое главное, актуальным материалам, которые создаются всеми пользователями Интернета. Таким образом, это дает учителям возможность использовать образовательные решения в любом дидактическом или культурном контексте или, наконец, в отношении желаемого содержания [5]. Динамичный прогресс знаний в области всех научных дисциплин приводит к тому, что знания, приобретенные во время учебы, «стареют». Это означает, что люди должны постоянно обновлять свои знания, чтобы достичь высокой степени профессионализма на протяжении всей своей профессиональной жизни [6]. Новые технологии были введены в каталог методических средств обучения иностранному языку относительно недавно, но они сразу же способствовали повышению эффективности процесса обучения иностранному языку. Это не только адаптация замеченных технологических возможностей к обсуждаемым потребностям, но и неотъемлемый элемент развития цивилизации. Кроме того, использование мультимедийных и аудиовизуальных средств способствует не только значительному улучшению преподавания иностранных языков, но и повышению их привлекательности. Таким образом, передаваемые знания и формируемые компетенции более охотно усваиваются учащимися. Каталог дидактических инструментов, основанных на совр-

емых технологиях, дает учителю возможность выбрать те из них, которые, по его мнению, наиболее эффективны [7]. Значительную роль в процессе модернизации образования играют различные Интернет-ресурсы. Во-первых, данные ресурсы реализуют важный в современной методике преподавания иностранного языка принцип аутентичности. Использование неадаптированных текстов из зарубежных газет и журналов, различных сайтов и других источников позволяет изучать язык в его современном функционировании. Широкие возможности для эффективного усвоения языка предоставляют чаты, различные виды видеосвязи, программ «быстрых сообщений», «социальные сети», а также видеоконференции. Данные средства коммуникации позволяют осуществлять «живое» общение с носителями языка в ситуации «здесь и сейчас». Это также способствует погружению учащихся в естественную языковую среду без дополнительных материальных и временных затрат и формированию коммуникативной компетенции [8].

#### **Заключение**

В заключении следует отметить, что процесс обучения иностранному языку является сложной, постоянно развивающейся системой. Следовательно, преподавателям

необходимо использовать в своей работе те возможности, которые появляются в современном мире. На сегодняшний день ими являются мультимедийные средства. Они представляют собой эффективные образовательные технологии благодаря присутствию им качеств интерактивности, гибкости и интеграции различных типов учебной информации, а также благодаря возможности учитывать индивидуальные особенности учащихся и способствовать повышению их мотивации. Важно отметить, что медиаресурсы помогают сделать процессы изучения иностранных языков более увлекательным, так как предоставляют возможность преподавателям варьировать способы подачи информации и сделать обучение практически направленным. Более того, в связи с тем, что Интернет-технологии являются одним из важнейших источников информации в современном обществе, при включении их в обучение студенты приобретают необходимые навыки использования ресурсов сети Интернет. Внедрение компьютерных технологий в образовательный процесс помогает совершенствоваться не только обучающимся, но и преподавателям, так как предоставляет возможность обмениваться методическим опытом с отечественными и зарубежными коллегами.

#### **Библиографический список**

1. Gruza D., Pabiańczyk A. *Język polski 2.0: zastosowanie nowoczesnych technologii w nauczaniu języka polskiego*. – Fundacja Edu & More, 2016.
2. Klejnowska-Borkowska M. *Rola internetu w nauczaniu języków obcych – perspektywa nauczyciela*, [w:] *Media w edukacji. Wymiar kulturowy i aksjologiczny*. – 2013.
3. Molga A. *Platformy e-learningowe – serwis internetowy o profilu dydaktycznym*. – 2015.
4. Bajorek K., Gawroński S. *The use of the educational function of media in foreign language teaching // Social Communication*. – 2018. – Т. 4. – №. 1. – С. 48-57.
5. Komorowska H. *Nauczanie języków obcych w zreformowanej szkole* // Warszawa: IBE. – 2000.
6. Gajek E. *Edukacja językowa w społeczeństwie informacyjnym*. – Inst. lingwistyki stosowanej Uniw. Warszawskiego, 2008.
7. Gozdecka R., Weiner A. *Profesjonalizm w edukacji muzycznej // Propozycje dla zmieniającej się szkoły*, Wydawnictwo UMCS, Lublin. – 2013
8. Еременко М. В., Пашукевич Ю. С. *Использование мультимедийных технологий в преподавании иностранного языка // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии*. – 2010. – №. 2 (4). – С. 36-41.

Марина Гечану  
Институт международного образования  
Волгоградский государственный  
социально-педагогический университет  
Россия, Волгоград

## ТЕХНОЛОГИЯ ЯЗЫКОВОГО ПОГРУЖЕНИЯ В МЕТОДИКЕ ДОРОЖНОЙ КАРТЫ ПРИ ИЗУЧЕНИИ РКИ<sup>13</sup>

**Аннотация.** Работа посвящена изучению современных способов и методик мотивации и поддержания интереса студентов в процессе изучения РКИ.

**Ключевые слова:** дорожная карта, РКИ, эффективные методики.

Marina A. Gechanu  
*Institute of International Education Volgograd*  
*State Socio-Pedagogical University*  
*Russia, Volgograd*

TECHNOLOGY OF LINGUISTIC IMMERSION IN ROAD-MAP METHOD-  
IC  
IN STUDYING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

**Abstract.** The article researches modern methodic and ways of motivating and supporting of interest and attention of students during studying Russian as a foreign language.

**Key words:** road-map, Russian as a foreign language, effective methodic.

---

<sup>13</sup> Научный руководитель – Ирина Григорьевна Павловская, к.ф.н., доцент кафедры РКИ Института международного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета

В современных условиях, когда технологии развиваются с каждой минутой, процесс обучения становится доступнее: разрабатываются приложения по изучению языка, виртуальные доски для онлайн-обучения, программы для видеосвязи, доказавшие свою незаменимость в условиях пандемии. Создание новых методик преподавания РКИ зачастую ориентируется на передовые технологии, которые действительно упрощают и делают доступнее процесс обучения [1, с. 72]. На сегодняшний день существует ряд методик преподавания русского языка как иностранного (РКИ), однако, крайне мало методик, адаптированных под современные реалии обучения с использованием цифровых технологий.

Рынок онлайн-образования постоянно растет, и одной из задач преподавателей остается поддержание интереса иностранной аудитории к изучению русского языка. Таким образом, применение эффективных методик для изучения РКИ является актуальной задачей.

В связи с этим одной из целеполагающих задач является поиск новых методов и техник обучения РКИ. Одним из таких методов является Roadmap – Дорожная карта, которая стала популярна в 1970-х годах. Возникнув как методика продвижения бизнес-идей (стартапов), Roadmap [2, с. 30] стал популярен в других областях: маркетинг, менеджмент, программирование, образование.

Не существует универсального определения того, что такое Roadmap и как он должен осуществляться. В общем смысле – это план по достижению какой-либо цели. Главная особенность такого плана – визуализация. Если говорить об изучении второго языка, то важно иметь наглядное представление о каждом этапе изучения языка для того, чтобы видеть, какие результаты можно достигнуть на каждом этапе обучения.

Одной из наиболее эффективных технологий в данной методике в разрезе изу-

чения РКИ является технология языкового погружения, опирающаяся на теорию усвоения второго языка Стивена Крашена. Технология будет более эффективна на ранних этапах изучения языка.

В ходе исследования был применен метод моделирования. На основе имеющейся дорожной карты по изучению испанского языка была создана аналогичная карта по изучению русского языка как иностранного [3, с. 71]. Материалами исследования послужили анкеты и интервью учащихся, на которых была применена описываемая методика.

В ходе исследования были выявлены «слабые» места теории Стивена Крашена:

1. Теория не предполагает изучение грамматики второго (иностранного) языка;
2. Теория не обоснована практически исследованиями;
3. Понятия «понимание» и «замечание пробела» четко не операционализированы и не предлагаются последовательно;
4. Неясно, как следует характеризовать нынешнее состояние знаний учащегося.

Помимо этого, в результате исследования было выявлено положительное влияние методики Roadmap в изучении иностранного языка, но при условии, когда учащийся имеет нулевой уровень знания изучаемого языка. Данная методика не нашла отклика у учащихся с уровнем языка от А2 и у тех, кто ранее изучал язык из идентичной группы индоевропейских языков.

Таким образом, нами было исследовано множество современных методов и технологий обучения РКИ, среди которых мы выделили метод Roadmap как самый гибкий в современных условиях, а одной из главных и успешных технологий – языковое погружение.

Данную технологию и методику можно применять как при изучении языка с нуля в университете, так и при самостоятельном обучении с учетом количества, качества и последовательности языкового воздействия.

**Библиографический список**

1. Zhaikbayeva S. Immersion programs //Актуальные научные исследования в современном мире. – 2021. – № 3-7. – С. 71-76.
2. Дегтярёва И.Л. Краткий обзор теории усвоения языка Стивена Крашена// Актуальные проблемы романо-германской филологии и методики преподавания иностранных языков. – 2020. – С. 30-31.
3. Шульгина Н.П. К вопросу создания когнитивной модели обучения русскому языку как иностранному // Известия Юго-Западного государственного университета. - 2015. - №3 (16). - С. 68-73.

Аделина Крохина  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА НАУЧНОГО КОНТЕНТА<sup>14</sup>

**Аннотация.** Кросс - культурные технологии производства научного контента в данной статье рассматриваются с точки зрения мультиязычности, интернациональности исследований, технологий производства научных материалов и продвижения научного контента посредством кросс-культурной научной коммуникации.

**Ключевые слова:** научный контент, кросс-культурные технологии, научная коммуникация, интернациональность исследований.

*Adeline Krokhina Altai State  
University Russia, Barnaul*

### CROSS-CULTURAL TECHNOLOGIES FOR THE PRODUCTION OF SCIENTIFIC CONTENT

**Abstract.** Cross-cultural technologies for the production of scientific content in this article are considered from the point of view of multilingualism, internationality of research, technologies for the production of scientific materials and the promotion of scientific content through cross-cultural scientific communication.

**Keywords:** Scientific content, cross-cultural technologies, scientific communication, internationality of research.

---

<sup>14</sup> Научный руководитель - доктор филологических наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Наталья Васильевна Халина



### **Технологии производства научного контента**

Глобализация – напрямую связана с кросс-культуризацией научного контента. Современный мир как и мир науки становится все более однородным, и различия между наукой в разных странах носит незначительный характер. Это означает, что кросс-культурные коммуникации в науке становятся всё более и более популярными мире. Однако, с другой стороны, различия между нациями, регионами, языком, нормативной средой, прошлым наследием, этническими группами с точки зрения культурных факторов все еще существуют и иногда усложняют коммуникацию между учёными из разных стран [1].

Интернет помогает развитию научно-популярного дискурса, используя новые способы подачи научной информации: с одной стороны, это трансформация традиционных приемов, с другой – создание новаторских инструментов и форм [2].

Технологии производства научного контента – методы и способы разработки и реализации научного контента, использующиеся в современном мире для создания и популяризации различных научных материалов.

Технология производства научного контента состоит из:

- выбора темы научного исследования;
- анализа ресурсов для реализации научного исследования;
- научной коммуникации как части научного исследования, представляющей его промежуточный или конечный научный результат.

В свою очередь, в научную кросс - культурную коммуникацию входят:

- выступления на научных международных мероприятиях
- публикация в научных журналах и сборниках статей
- мониторинг влиятельности научной статьи

Выступление на кросс-культурных научных мероприятиях нацелены на обсуждение актуальных проблем развития мировой и российской науки в современных реалиях. Цель научных мероприятий содержится не только в популяризации науки среди молодежи, но и в охвате академической науки в целом. Материалы международных

научных конференций наряду со статьями, обзорами, книгами и патентами являются ценным источником актуальной научно-технической информации [3]. Научные конференции создают пространство интеллектуального взаимодействия для студентов, аспирантов, молодых ученых и научных коллективов, не только отечественных, но и зарубежных.

Научная кросс-культурная коммуникация стимулирует процесс интеграции и взаимодействия ученых из разных культур для обмена и расширения научного знания, а так же формирует партнерские отношения, развивая международное научное сообщество и коммуникацию ученых по всему миру.

### **Производство кросс-культурного научного контента**

В данной статье рассмотрим производство научного контента с трех аспектов:

- мультиязычность как технология производства научного контента
- интернациональность как технология производства научного контента
- адаптивность перевода научного контента

Мультиязычность в научной среде в первую очередь встречается при продвижении научного контента и научных событий посредством сайтов и Landing Page, включающих в себя различную научную информацию.

Мультиязычный сайт — это веб-ресурс, информация на котором адаптирована потребления контента в кросс-культурных условиях. Наличие качественно адаптированных версий сайта говорит о высоком уровне и целеустремленности компании, ее заботе о пользователях.

Языки для мультимедийного сайта выбираются с точки зрения целевой аудитории научного события.

Исходя из целей, сайт разрабатывается на родном языке или на другом приоритетном языке. Впоследствии сайт адаптируется под другие языковые версии. Самой популярной версией для адаптации является адаптация на английский язык. Английский язык - интернациональный язык. Он занимает третье место в мировом рейтинге после испанского и китайского по количеству людей, которые являются его носителями.

Также английский — второй по значимости во многих странах, где он не является основным, его активно изучают в учебных заведениях и на курсах, а также большинство научных трудов публикуются на английском языке.

Интернациональность как технология производства научного контента, в свою очередь, включает в себя написание публикаций, научных трудов на интернациональном языке, в современном мире интернациональным языком является английский. Написание интернациональных научных трудов формирует усиление интернационализации научных обменов. Все больше распространяются различные формы кросс-культурной научной коммуникации, растет число международных научных конференций, совместных проектов и публикаций. Научная литература на иностранных языках становится доступной и, соответственно, все чаще появляются ссылки на работы зарубежных коллег.

Интернациональность научного контента, в свою очередь, формирует такую проблему, как необходимость авторов писать научный контент на иностранном языке. И не всегда авторы владеют иностранным языком на хорошем уровне. В таком случае авторам могут помочь нейросети для перевода контента на иностранный язык.

В 2023 году нейросети приобретают особую популярность.

Нейронные сети — это разновидность машинного обучения, при котором компьютерная программа работает по принципу человеческого мозга, используя различные нейронные связи. Если очень сильно упрощать, это человеческий мозг в миниатюре, только нейроны в нем искусственные и представляют собой вычислительные эле-

менты, созданные по образу и подобию биологических нейронов.

Нейронный машинный перевод имеет следующие особенности:

- «анализ» называется кодированием, а его результатом является загадочная последовательность векторов.

- «перенос» называется декодированием и непосредственно генерирует целевую форму без какой-либо фазы генерации. Это нестрогое ограничение и, возможно, имеются вариации, но базовая технология работает именно так.

Именно нейронный машинный перевод может помочь ученым написать статью на иностранном языке, если ученый имеет не очень хороший уровень владения иностранным языком. Но в таком случае следует учитывать то, что нейросеть может все-таки не всегда точно совершить перевод, поэтому следует отправить на проверку статью, переведенную нейросетью, специалисту для проверки на точность перевода и сохранения смыслов в научном труде.

### **Заключение**

Кросс-культурные технологии производства научного контента в современном мире включают в себя, в первую очередь, использование медиатехнологии и онлайн инструментов, помогающих в создании научного контента. В данной статье рассмотрены аспекты, связанные с производством кросс-культурного научного контента. Производя кросс-культурный научный контент, следует учитывать интернациональность, мультиязычность и адаптивность его перевода на иностранный язык, так как эти аспекты напрямую связаны с сохранением смысла при публикации научной статьи в международных изданиях научных трудов.

### **Библиографический список**

1. Крохина А. В. Роль smart – технологий в кросс-культурном маркетинге территорий центральной Азии и Алтайского края. – 2022.
2. Поданева Е. С. Научная популяризация в интернете: эксперименты с новыми форматами (опыт создания видео-проектов о науке) //Журналистский ежегодник. – 2017. – №. 6. – С. 54-58
3. Еремченко О. А. Международные научные мероприятия как инструмент продвижения национальной науки //Экономика науки. – 2015. – №. 4. – С. 292-303

Ин Сюй

Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕДИА-ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ<sup>15</sup>

**Аннотация.** С развитием рыночной экономики и прогрессом экономической глобализации новые медиа-технологии, представленные Интернетом, начали быстро развиваться. Носитель культурной коммуникации больше не ограничивается традиционными медийными методами. В настоящее время это эпоха глобальной коммуникации. Обновление средств коммуникации также быстро изменило образ жизни людей, их ценности, мировоззрение и способы получения информации. Межкультурные обмены создают новую и лучшую среду. Развитие медиатехнологий оказывает значительное влияние на повышение эффективности межкультурной коммуникации, и использование новой медийной среды для достижения цели межкультурной коммуникации стало тенденцией будущего развития.

**Ключевые слова:** новые медиа, межкультурная коммуникация, культурная коммуникация

Ying Xu  
Altai State University  
Russia, Barnaul

### USING MEDIA TECHNOLOGY TO IMPROVE THE EFFECTIVENESS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

**Abstract.** With the development of the market economy and the progress of economic globalization, new media technologies represented by the Internet began to develop rapidly. The carrier of cultural communication is no longer limited to traditional media methods. Currently, this is the era of global communication. The renewal of the means of communication has also rapidly changed people's way of life, their values, worldview and ways of obtaining information. Cross-cultural exchanges create a new and better environment. The development of media technologies has a significant impact on improving the effectiveness of intercultural communication, and the use of a new media environment to achieve the goal of intercultural communication has become a trend of future development.

**Keywords:** new media, intercultural communication, cultural communication

---

<sup>15</sup> Научный руководитель - доктор филологических наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Наталья Васильевна Халина

Исходя из анализа вертикального развития, эволюция медиатехнологий определяет возможность генерации и развития межкультурной коммуникации. На этой основе медиа-технологии и социальная среда работают вместе, создавая модель межкультурной коммуникации. С точки зрения горизонтальных законов, медиа-технологии изменили пространство культурной деятельности, создали режим культурного обмена и повлияли на культурную идентичность человека. Роль медиа-технологий в межкультурной коммуникации становится все более очевидной. В процессе общения обсуждаются различные ценности и устанавливаются связи с глобальной культурой. Можно сказать, что это быстрое развитие медиа-технологий, расширение сетевых технологий и культурного рынка. Следовательно, нам необходимо иметь перспективное видение культуры, и на этой основе мы используем медиа-технологии для того, чтобы межкультурная коммуникация развивалась глубже и шире [1].

#### 1. Преимущества медиа-технологий

Люди – это сообщество экономического и культурного развития. В контексте времени способ улучшить взаимное общение людей – это прямое общение. Помимо прямого общения, средства массовой информации, опираясь на свои собственные преимущества, играют более важную роль во влиянии. Очевидно, что инновации и использование технологий в значительной степени способствовали коммерциализации и глобализации информации и распространению культуры в деловом обществе с максимизацией эффективности использования капитала в качестве основного критерия, заставляя людей в глобальной деревне радоваться продвижению индивидуальной свободы, межкультурный контакт и межкультурная коммуникация. Технология не только дает каждому человеку способность воспринимать и описывать состояние движения объективных вещей и то, как они изменяются, но также позволяет людям в обществе получить способ самовыражения в функционировании социального организма. Освобождение индивидов сделало медиа-технологии основной движущей силой нынешней социальной трансформации, и эти изменения непосредственно отражаются на выборе путей межкультурной коммуникации. Медиатехнологии меняют струк-

туру, идеи и практику межкультурной коммуникации. Развитие, к которому это привело, позволило передавать информацию во все части мира быстрее, в большем объеме и в более трехмерном формате. Языковые барьеры между определенными различными культурными группами также сопровождаются программным обеспечением для перевода, изучением языка и т.д. Постепенно ослабевают, и видимость межкультурной коммуникации распространяется все больше и больше непосредственно через сами средства массовой информации. Медийные технологии способствовали контактам и связям глобализации, а различия в различных национальных личностях, образах мышления и ценностях преодолели ограничения физического времени и пространства.

#### 2. Медиатехнологии влияют на предмет межкультурной коммуникации

Субъектами межкультурной коммуникации могут быть отдельные лица, группы и организации, а также страны и национальности. Влияние медиатехнологий на субъект межкультурной коммуникации в основном проявляется в режиме взаимодействия субъекта коммуникации и самого субъекта коммуникации [2].

Медиатехнологии создали три различных способа взаимодействия между субъектами коммуникации: коммуникация, противодействие и проникновение. Прежде всего, развитие медиатехнологий должно привести к пересечению субъектов коммуникации из разных культурных контекстов. С углублением глобализации и растущей нормализацией международных коммуникаций постепенно сформировался консенсус в отношении таких концепций, как международно признанные правила и нормы. Это идеальный способ общения между разными субъектами. Неравенство между развитыми и слаборазвитыми странами в уровне экономического и культурного развития привело к тому, что у них возникли пробелы в коммуникационных технологиях и уровне коммуникации, что привело к неравенству в международном порядке коммуникации, возникновению феномена “культурного империализма” [3] и формированию модели проникновения. Например, голливудские фильмы в Соединенных Штатах стали модой как культурные продукты, формируя одностороннюю передачу куль-

туры другим странам, которые слабы в общении, и американские ценности и идеологии естественным образом проникают в культуры других стран. «Культурный империализм» имеет три характеристики: во-первых, он опирается на сильную экономику и капитал, главным образом через культурный рынок для глобальной культурной экспансии; во-вторых, через продажу продуктов или сырьевых товаров, содержащих культурную ценность, для достижения глобального культурного доминирования; в-третьих, такого рода культурное доминирование и экспансия достигаются с помощью средств массовой информации. Большинство моделей культурного проникновения осуществляются незаметно, и они получают активное признание страны проникновения интернализированным образом.

С точки зрения самого предмета коммуникации, медиа-технологии углубили наше признание целостности глобальной культуры. Джеймс Керри рассматривает коммуникацию как процесс создания, модификации и трансформации в общую культуру, объединяющий людей в группы на основе веры [4]. В эпоху глобализации медиа-технологии расширили сферу обмена,

позволяя нам искать общность и принадлежность к разным культурам по всему миру, то есть приобретать общие убеждения. Хотя люди в разных странах имеют исторические, культурные и идеологические различия, развитие медиа-технологий, особенно сетевых технологий, позволили пользователям разместиться на открытой платформе Интернета, поэтому у нас есть возможность иметь общее понимание многих символов, приобрести общий опыт и сформировать культурную идентичность.

### 3. Заключение

Как материальный продукт, технология всегда сочеталась с историей и культурой общества и меняла поведение и представления людей как субъекта общества. Когда мы повторно рассмотрим влияние медиатехнологий на межкультурную коммуникацию, мы по-прежнему обнаружим, что медиатехнологии не существуют изолированно. Это сопровождается культурой. Это может не только преодолеть внешние временные и пространственные ограничения межкультурной коммуникации, но и изменить поведение людей и внутреннее сознание.

### Библиографический список

1. Чижик А.В. Влияние системы новых медиа форматов на формирование пространства межкультурной коммуникации // Культура и цивилизация. 2017. Том 7. No 6А. С. 347-357.
2. Фортунатов А. Н. Взаимодействие субъектов социальной коммуникации в медиареальности. Автореф. дисс. на соискание уч. ст. докт. филос. н. Нижний Новгород, 2009, 45 с.
3. Лавлинский С.Г. Культурный империализм и джингоизм в современной культурной политике // Вестник МГУКИ. 2 2008. – С.26-28
4. Carey, J. W. Communication as culture, revised edition: Essays on media and society. Routledge. 2008.



Имран Хуссейн  
Университет Викрама  
Индия, Удджайне, Мадхья-Прадеш

## ЛУЧШИЕ ОНЛАЙН-МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

**Аннотация.** В статье представлены лучшие методы обучения иностранных языков с помощью онлайн методов обучения языков. Так же рассмотрена роль онлайн приложений для обучения иностранных языков, онлайн словарей и видеоплатформы, которые способствуют улучшению языковых навыков у обучающихся.

**Ключевые слова:** иностранные языки, онлайн обучение, онлайн-технологии.

Imran Hussain  
Vikram University  
Ujjain Madhya Pradesh  
India

### BETTER ONLINE METHODS OF LEARNING FOREIGN LANGUAGES

**Abstract.** The article presents the best methods of teaching foreign languages using online language teaching methods. The role of online applications for teaching foreign languages, online dictionaries and video platforms that contribute to improving the language skills of students is also considered.

**Keywords:** Foreign languages, online education, online technologies.

#### Изучение языков online

В настоящее время существует огромное количество возможностей выучить иностранный язык онлайн благодаря Интернету. Именно обучение языков онлайн облегчают изучения языка за счёт мобильности и возможности изучения языка в любую свободную минуту. Лучший способ выучить новый язык – это соблюдать здоровый баланс между изучением языка с преподавателем офлайн и изучением языка онлайн, а также использовать разнообразные как естественные, так и преднамеренные инструменты обучения, включенные в вашу жизнь и практику.

#### Онлайн приложение для изучения языка

С помощью приложений для изучения языка онлайн, удобно практиковать изучения словарного запаса и грамматики. После десятилетий исследований лингвисты обнаружили, что изучение вокабуляров и грамматических правил действительно по-

могает улучшить навык говорения. Это объясняет огромное распространение приложений для изучения языка, в которых используются элементы геймификации для развития вокабуляра с помощью соответствующих вопросов и заполняющих пробелы ответов. Это действительно могут быть увлекательным методом для обучающихся, которые начали изучать язык. Для обучающихся имеющих средний уровень в изучении языка рекомендуются адаптивные приложения для практики произношения и грамматики, а так же приложения в которых можно изучать язык с носителями языка.

#### Онлайн словарь для изучения иностранных языков

Регулярное пополнение словарного запаса — одна из обязательных практик в изучении иностранного языка. Поэтому обучающимся следует убедиться, что у них есть подходящий гибкий веб и мобильный словарь, в котором они смогут найти любую



форму слова, а не только корень или инфинитив. Онлайн-словари используются в обучении иностранных языков и являются популярными, исходя из своей мобильности. Онлайн словарь всегда находится «под рукой», поэтому в любой свободный момент обучающийся может практиковать язык. Информация из словаря, собирает в себе самые популярные и часто используемые слова. Также определяющее значение имеет скорость получения искомой информации. Онлайн словари зачастую имеют простой и удобный интерфейс и студентам удобно использовать онлайн словари. Таким образом, исходя из потребностей обучающихся, целесообразно пользоваться толковыми онлайн-словарями для самостоятельной работы над текстами по чтению, над новой лексикой и заданиями по письму. Так же онлайн словари можно использовать для иных учебных ситуаций, когда определяющий фактор. Поэтому для обеспечения адекватного эффективного общения на иностранных языках используются онлайн словари, которые повышают изучение лексики у обучающихся. Хотя большинство людей используют словари для определения значения словарного запаса, они также являются полезным инструментом для произношения, правописания и письма [1].

#### **Видеоуроки для изучения языка**

Видеоуроки — это один из самых действенных и быстрых способов изучения иностранных языков. Платные индивидуальные занятия с преподавателем очень эффективны, но доступны далеко не каждому человеку. Бюджетным вариантом изучения иностранных языков являются специальные языковые видеоканалы. Они помогут обучающимся отработать произношение, начать лучше понимать речь на слух, узнать важные нюансы реального применения того или иного иностранного языка. Где в бесплатном доступе можно найти видеоуроки по грамматике, произношению, аудированию, тесты, примеры, задания, а так же развлекательный контент.

#### **Приложение для языкового обмена**

Приложения для обмена языками, такие как HelloTalk и Tandem, помогут обучающимся установить контакт с носителями языка, чтобы они могли либо общаться в чате (чтобы попрактиковаться в чтении и письме), либо позвонить (чтобы попракти-

коваться в аудировании и разговорной речи). Каждый раз, когда обучающийся общается с языковым партнером, следует помнить, что общаясь он повышается навык владения иностранным языком. Таким образом, вы можете сказать, что вкладываете свое время в образование вместо того, чтобы тратить его на развлечения. Если вы чувствуете, что не готовы практиковаться с носителями языка, вы можете начать с взаимодействия с голосовым помощником [2].

#### **Аудиокниги для изучения языка**

Аудиокниги и электронные книги лучшие печатных книг так как они доступнее обычных и занимают мало места. Доступ к аудиокнигам можно получить с помощью смартфона или другой подобной техники. Ведутся большие споры о том, что лучше – электронные книги или печатные. Когда дело доходит до изучения языка, отбрасываются сомнения в том, что чтение на экране или прослушивание аудиокниги более полезно для изучения языка, чем чтение на бумаге. Например, можно быстро найти значение нового слова в электронной книге – читая книгу даже не нужно закрывать приложение на вашем мобильном устройстве, чтобы узнать значение слова. Следует просто установить словарь на нужном языке, и тогда каждый раз, когда обучающийся находит новое слово, достаточно нажать на него, чтобы найти перевод и значение. Аудиокниги также лучше книг, потому что они дают правильное произношение слов, что лучше, чем угадывать, как звучит слово на иностранном языке. Все станет лучше, если вы объедините электронную книгу и аудиокнигу, потому что вы получите погруженное чтение, которое улучшает понимание прочитанного. Более подробно я расскажу об этом методе в статье ниже [3].

#### **Заключение**

Медиатехнологии прочно вошли в повседневную жизнь, изучение языков онлайн так же не исключение. Рабочее место без компьютера и телефона или, отсутствие интернета и средств связи по типу смартфона трудно представить в наши дни. В современных реалиях, мобильный телефон также реализует ряд функций для изучения иностранного языка. С помощью современной техники можно изучать языки онлайн, используя приложения для изучения иностранных языков, онлайн-словари,

а так же аудиокниги. В связи с этим разработка целого ряда мобильных приложений для изучения иностранных языков приобретает особую актуальность, так как владение иностранным языком становится одним из самых важных навыков современного человека. Изучение иностранного языка – непростая задача в динамичном мире изучение языков онлайн помогает расширить

словарный запас, выучить грамматику, а также улучшить восприятие устной речи.

Исходя из этого можно сделать вывод, что основные онлайн технологии в изучении иностранных языков являются онлайн приложения для изучения языков, онлайн словари, видеоуроки и аудиокниги на иностранном языке.

### **Библиографический список**

1. Копылова Н. В. Использование онлайн-словарей при обучении английскому языку для специальных целей //Бизнес-образование в экономике знаний. – 2018. – №. 3 (11). – С. 60-66.].
2. Кисель О. В. Изучение иностранных языков с помощью мобильных приложений на интегрированных образовательных платформах //Общество, образование, наука: современные тренды: сборник трудов по материалам Национальной научно-практической конференции. под общ. ред. ЕП Масюткина. – 2020. – С. 179-183
3. चतुव , . और //Paathshaala Bhitar aur Bahar. – 2019. – Т. 1. – №. 2. – С. 123-135  
Thakur D. डाँ० राम मनोहर // . – 2018. – Т. 15. – №. January-Ju.

Сыминь Цзань  
Институт международного образования  
Волгоградский государственный  
социально-педагогический университет  
Россия, Волгоград

## ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ НА АКТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ В РУССКОЙ ЛЕКСИКЕ<sup>16</sup>

**Аннотация.** Статья посвящена изучению некоторых законов и правил, регулирующих лингвистические процессы в языке. Особое внимание уделяется внутренним и внешним факторам, влияющим на развитие языка.

**Ключевые слова:** внутренний и внешний фактор, лингвистические процессы, лингвистические законы.

Symin Tzan  
Institute of International Education  
Volgograd State Socio-Pedagogical University  
Russia, Volgograd

### THE IMPACT OF INTERNAL AND EXTERNAL FACTORS ON ACTIVE PROCESSES IN RUSSIAN LEXIS

**Abstract.** This article devotes to studying some rules regulating linguistic processes in Russian language. The main attention is paid to external and internal factors of language development.

**Key words:** external and internal factors, linguistic processes, linguistic law.

---

<sup>16</sup> Научный руководитель – Ирина Григорьевна Павловская, к.ф.н., доцент кафедры РКИ Института международного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета

«В языке функционируют определенные законы и системы правил, регулирующие лингвистические процессы» [1, с. 270]. Обычно к внутренним законам относят: закон системности (глобальный закон, являющийся одновременно и свойством, качеством языка); закон языковой традиции (обычно сдерживает инновационные процессы); закон языковой аналогии (стимулятор подрыва традиционности); закон экономики (или закон «наименьшего усилия»), особенно активно ориентированный на ускорение темпов в жизни общества; законы противоречий (антиномии), которые являются по сути «зачинщиками» борьбы противоположностей, заложенных в самой системе языка; закон системности существует на разных языковых уровнях и взаимодействует с другими грамматическими частями на разных уровнях. Например, количество падежей в русском языке изменено с девяти до шести, а значение слов определяется путем анализа положения падежа.

Например, термин экология (гр. *oikos* - дом, родина + *logos* - понятие, учение) – раздел биологии, изучающий взаимоотношения животных или растений с окружающей средой (экология животных, растений, человека). Очень широкую сферу применения получил. В настоящее время употребление термина распространилось и на социальную сферу, сферу культуры, нравственности и т.п.: социальная экология, экология культуры, экологическая этика.

Известны и другие переносные значения термина - экология слова (Сов. Россия, 1988, 1 марта); экология утрат (Комс. пр., 1988, 2 марта); экология души - наша дорога в будущее; передача на радио называется «Экологически чистый журнал». «Словарные материалы - 80» (Новое в русской лексике. - М., 1984) зафиксировали и такое употребление слова: экологизация производства - экологизация как оснащение производства средствами, устраняющими вредное воздействие на окружающую среду. Таким образом, все чаще в слове звучит семантический компонент «бережное отношение к чему-либо».

В то же время другая ситуация с соотношением пола, рода занятий и титула. Например, когда мы слышим «преподаватель пришла». Мы чувствуем, что это нормально. Хотя субъект слов мужской, мы понимаем, что преподаватель в данном случае женщи-

на. Поэтому, преподаватель, врач или другая профессия, положение женщин улучшается, поэтому значение и использование лексики также изменится.

Оценка закона традиции с позитивной точки зрения имеет определенную степень сдержанности, которую можно рассматривать как стабильное и объективное существование. В то же время традиции закон тоже имеет определенную степень защиты. С другой стороны, закон традиции сдерживает новые инновации и идеи, так что языковая система больше не обновляется. Таким образом, известно, что через десять лет знания людей увеличатся вдвое. С объективной точки зрения, по прошествии времени апогеем позитивного процесса развития русской лексики будет определенный период времени, который является самой слабой стадией развития лексики.

Правила сохраняют традицию: *жа́рить - жа́ришь, ва́рить - ва́ришь - ва́рим*, в последнем случае (*ва́ришь*) традиция преодолена, но в глаголе *звони́ть* упорно сохраняется традиция, причем не языком, а кодификаторами, «установителями» литературной нормы.

*ва́рить - ва́ришь, ва́рит  
ману́ть - ману́шь, ману́т  
включи́ть - включи́т  
звони́ть - звони́т*

Однако на этот процесс могут оказывать влияние факторы, не имеющие прямого отношения к собственно языку. Например, большинству носителей русского языка известна пословица «сапожник без сапог», в которой отражена литературная норма. Однако раньше правильно звучало две пары валенок, сапогов. Языковая норма давно изменилась, и не говорят две пары валенок (валенок), сапогов (сапог), ботов (бот), чулков (чулок). Но почему-то сохраняется прежняя форма пара носков как литературная, а форма *пара носок* по традиции маркируется как просторечная.

Закон аналогии, уподобление одной формы другой. В общем плане это мощный фактор языковой эволюции, поскольку результатом оказывается некоторая унификация форм, но, с другой стороны, это может лишить язык специфических нюансов семантического и грамматического плана. В таких случаях сдерживающее начало традиции может сыграть положительную роль.

Аналогией может быть вызван переход глаголов из одного класса в другой, например, по аналогии с формами глаголов типа читать - читаю, бросать - бросаю появились формы полоскаю (вместо полощу), махаю (вместо машу), мяукаю (вместо мяучу) и др. Особенно активна аналогия в ненормированной разговорной и диалектной речи (например, замена чередований: берегу - бережёшь вместо бережёшь по образцу несущу - несёшь и т.п.). Так идет выравнивание форм, подтягивание их к более распространенным образцам.

Выравниванию системы ударений, в частности, подвержены некоторые глагольные формы, где сталкиваются книжная традиция и живое употребление. Например, достаточно устойчивой оказывается форма женского рода прошедшего времени глагола; ср.: звать - звал, звало, звали, но: звала; рвать - рвал, рвало, рвали, но: рвала; спать - спал, спало, спали, но: спала; ожить - ожил, ожило, ожили, но: ожила. Естественно, что нарушение традиции коснулось именно формы женского рода (звала, рвала, спала и т.п.), которое пока не допускается в литературном языке, но распространено в живом употреблении.

Закон речевой экономии проявляется в употреблении, особенно в устной речи, простых форм вместо сложных. Этот закон предполагает: что в языке действует тенденция к реализации оптимальной достаточности, то есть каждому языковому значению должна соответствовать адекватная форма выражения. Именно так работают словообразовательные механизмы языка, основанные на свертывании описательных конструкций в одну мотивированную языковую единицу. Например, из сочетания «черная ягода» образовалось слово «черника»; словосочетание «высшее учебное заведение» стало аббревиатурой, а сейчас функционирует как слово «вуз», образуя производные слова – «вузовские программы».

### Библиографический список

1. Арефьев А. Л. Русский язык на рубеже XX–XXI веков, Москва. 2012. – 482 с.
2. Складаревская Г. Н. Состояние современного языка. Взгляд лексикографа. Проблемы развития и перспективы. Ч. 1, Москва. 1968. – 389 с.

Особенно большой резерв в этом отношении имеет синтаксис: словосочетания могут послужить базой для образования слов, а сложные предложения могут быть свернуты до простых и т.п.

Например: электропоезд (электрический поезд), зачетка (зачетная книжка), гречка (гречневая крупа) и т.п. Ср. также параллельное употребление конструкций типа: Брат сказал, что приедет отец. - Брат сказал о приезде отца. Об экономичности языковых форм свидетельствуют разнообразные аббревиатуры, особенно если аббревиатурные образования приобретают постоянную форму наименований – существительных, способных подчиняться нормам грамматики (вуз, учиться в вузе).

Законы противоречий, антиномии свойственны любому языку как феномену. При исследовании обычно выделяют несколько основных положений, для примера мы рассмотрим некоторые из них. Выделяется антиномия говорящего и слушающего. Это противоречие возникает при вступлении в контакт собеседников (или читателя и автора). У двух сторон разные интересы и цели. «Говорящий заинтересован в том, чтобы упростить и сократить высказывание, а слушающий – упростить и облегчить восприятие и понимание высказывания» [2; 167].

В определенном смысле, мы можем говорить о столкновении интересов, в результате чего возникает «конфликтная ситуация». Она должна быть снята путем поиска удовлетворяющих обе стороны форм выражения, то есть в результате некоторого скрытого компромисса.

Подводя итог, можно отметить, что в развитии активных процессов русского языка различные причины играют решающую роль. Внешние и внутренние факторы оказывают влияние на становление языковых норм. Каждая часть языковой системы по этой причине связана с другими частями.

Анжелика Ильясова  
Алтайский государственный гуманитарно-педагогический  
университет имени В. М. Шукшина  
Россия, Бийск  
Аделина Крохина  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ

**Аннотация.** В данной статье рассмотрено формирование региональной культурной среды Алтайского края посредством интеграции медиатехнологий в культурную среду. Описаны медиатехнологии, с помощью которых создаются современные культурные продукты региональной медиакультуры Алтайского края.

**Ключевые слова:** медиакультура, культурная среда, медиатехнологии.

Angelika S. Ilyasova  
Shukshin Altai State University for Humanities and Pedagogy  
Russia, Biysk  
Adeline V. Krokhina  
Altai State University  
Russia, Barnaul

### FORMATION OF THE REGIONAL CULTURAL ENVIRONMENT

**Abstract.** This article examines the formation of the regional cultural environment of the Altai Territory through the integration of media technologies into the cultural environment. Media technologies are described, with the help of which modern cultural products of the regional media culture of the Altai Territory are created.

**Keywords:** media culture, cultural environment, media technologies.

В информационном обществе развитие культуры оказывается во всё большей зависимости от новых видов культурной трансляции, мультимедийных средств и неформального общения, обмена культурной информацией, в числе которых наиболее значимыми являются интернет-сайты и Landing Page, современные медиа (блоги, социальные сети). Традиционные формы культурной трансляции (литература, театр, кино) также не теряют свою актуальность. Они успешно интегрируются в современных реалиях цифровых, коммуникационных технологий.

В современной научной литературе, освещающей проблемы интернета используются различные термины, в том

числе, "новые медиа" и "социальные медиа".

Новые медиа — это широкое понятие, под которым, обычно понимают все новейшие технологии в сфере коммуникации. К новым медиа относятся онлайн-СМИ, онлайн-СМИ и социальные сети [1].

#### Медиакультура в Алтайском крае

Сегодня Алтайский край живет интенсивной и насыщенной культурной жизнью. В крае действуют государственные и муниципальные театры, коллективы с названием «Народный театр», Государственная филармония Алтайского края, государственные и муниципальные музеи; клубные формирования, государственные, городские и сельские библиотеки, множество профессиональных



и самостоятельных коллективов.

Современная медиакультура – это интенсивность потока информации (преимущественно аудиовизуальной: телевидение, кино, видео, компьютерные технологии, мобильная связь и Интернет), это система комплексного освоения человеком окружающего мира в его социальном, нравственном, психологическом, художественном и интеллектуальном аспектах в медиаформате.

В традиционном понимании медиакультура объединяет все виды аудиовизуального искусства. Медиакультура XXI века представляет собой совокупность книжной, аудиальной, визуальной и аудиовизуальной (экранной) культур. В современном мире стали привычными такие понятия, как «электронная культура» и «киберкультура». Все это свидетельствует о том, что культура становится все более открытым явлением [2].

Поэтому можно дать этому явлению следующее определение: «Медиакультура – это совокупность информационно-коммуникативных средств, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности. Медиакультура включает в себя культуру производства и передачи информации, а также культуру ее восприятия; Медиакультура также может служить показателем уровня развития у человека умения «читать», анализировать и оценивать медиатексты, заниматься медиатворчеством и приобретать новые знания через медиа [3]. При этом следует иметь в виду, что развитие медиакультуры – исторически обусловленный процесс, закономерный с точки зрения эволюции человеческой цивилизации.

#### **Формирование региональной культурной среды Алтайского края**

В современных реалиях Алтайского края региональная культурная среда также формируется посредством медиатехнологий и интернирования интернета в культурную жизнь края. С помощью мультимедийных технологий современные деятели искусств создают новые культурные проекты и продукты.

Локальные медиапроекты в сфере культуры разрабатываются и реализуются силами определенного учреждения культуры и решают задачу приоритетного развития культурной сферы данной местности. [4].

Рассмотрим мультимедийное региональное культурное пространство Алтайского края с трех позиций:

- мультимедийный сайт, освещающий тему, связанную с культурой;
- фильм с использованием мультимедийных технологий
- мультимедийные гиды в области культуры

Мультимедийные продукты культуры создаются студентами гуманитарных специальностей и молодыми деятелями искусств, которые, так или иначе, взаимодействуют с региональным культурным пространством Алтайского края.

Мультимедийные фильмы также не редкость для культурной среды Алтайского края. В наше время активно снимаются не только фильмы, но и иные видео продукты о культуре края. Популярными являются культурные фильмы об истории того или иного села Алтайского края. Подобные фильмы и видеоролики активно снимаются для юбилея города или села и являются мультимедийными продуктом, размещенным в интернет пространстве: социальных сетях и видеохостингах.

В подобных фильмах содержится информация о культурном прошлом и настоящем, информация о знаменитых личностях, которые внесли значительный вклад в развитие села или города, про который снимается фильм. Мультимедийные фильмы снимаются не только об известных личностях, но о любом объекте культуры, который автор фильма решил осветить.

Мультимедийным культурным продуктом также является мультимедиа-гиды с технологией дополненной реальности. В Алтайском крае уже представлены такие гиды. Примером может служить Государственный музей истории литературы, искусства и культуры Алтая, представивший свой проект «Музыкальный ковчег ГМИЛИКА».

Мультимедиа-гид включает в себя уникальные музыкальные инструменты из коллекции музея. В их числе и реконструкция древней «скифской арфы», и русских народных инструментов, также можно будет получить информацию о таких редких инструментах, как орган-портатив, барочная скрипка, амур, блокфлеита, спинет, клавиесин и фисгармонии. В состав мультимедиа входят описание 40 экспонатов ГМИЛИКА, а также аудиозаписи их звучания. В рамках регионального проекта «Цифровая культура» национального проекта «Культура» в Алтайском крае с 2019 по 2024 год планируется создать не менее 6 мультимедиа-гидов по экспозициям и выставочным проектам музеев региона [5].

#### **Заключение**

Мультимедийные культурные проекты представляет собой что-то нестандартное. Если быть точнее, то это комплексная интеграция сферы культуры в интернет-ресурсы, выходящие за границы классических форматов, целью которого

является вовлечение аудитории в продуктах культуры.

Преимуществами использования мультимедийных технологий можно назвать: высокое вовлечение в медиапродукт, интеграцию продуктов культуры в медиаформаты, популяризацию продуктов культуры в медиа. Формирование и развитие медиа-культуры Алтайского края в данной статье рассматривалось с трех аспектов, таких как: создание мультимедийных продуктов культуры с помощью мультимедийного сайта. Вторым аспектом является мультимедийные тематические фильмы о культуре. Третьим аспектом является мультимедийные гиды в области культуры, которые набирают особую популярность в медиакультуре Алтайского края. Исходя из этого, можно утверждать, что при формировании современной культурной составляющей Алтайского края активно используются мультимедийные технологии, которые не только формируют медиакультуру региона, но также способствуют её развитию.

#### **Библиографский список**

1. Руденко Ю. Ю. Возможности развития и продвижения культуры в пространстве новых и социальных медиа // Общество: философия, история, культура. – 2020. – № 8 (76). – С. 123-126.
2. Кириллова Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента. – ООО ДиректМедиа, 2020.
3. Кириллова Н. Б. Медиакультура: теория, история, практика. М.: Академ. проект, 2008.
4. Вицелярова К. Н., Микаелян Х. М. Проекты в сфере культуры и искусства // Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – № 6 (38). – С. 128-132.
5. Алтайская правда. В ГМИЛИКА появится мультимедиа-гид с технологией дополненной реальности // [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ap22.ru/paper/V-GMILIKA-poyavitsya-mul-timedia-gid-s-tehnologiyey-dopolnennoy-real-nosti.html/> (дата обращения: 27.03.2023)

Юэ Цю  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## АНАЛИЗ ИНТЕГРАЦИИ И РАЗВИТИЯ КАНТОНСКОЙ КУЛЬТУРЫ В СОСЕДНИХ РАЙОНАХ<sup>17</sup>

**Аннотация.** Кантонский диалект является тональным языком китайской семьи китайско-тибетской языковой семьи. Он в основном распространен в Гуандуне, Гуанси, Гонконге, Макао и других регионах. Он произошел от изящного диалекта древних Центральных равнин. Он распространился на Гуандун и Гуанси во время династий Цинь и Хань и слились с местным народом наньюэ. Кантонский диалект также называют народным и танхуа. Под влиянием большого количества людей с Центральных равнин, ушедших на юг в эпоху Пяти династий и Десяти королевств, в кантонском диалекте сохранилось большое количество древних китайских слов. Кроме того, кантонский диалект имеет глубокое культурное наследие. Кантонский диалект является носителем кантонской оперы, кантонской музыки и рассказывает о древних культурах и искусствах, которые широко нравятся массам в районе Лингнан. В этой статье мы обсудим происхождение, формирование, интеграцию и развитие кантонского диалекта, а также проанализируем культурные отношения, содержащиеся в языке соседних областей, и изучим движущую силу и будущее направление интеграции и развития кантонской культуры в соседнем регионе. области.

**Ключевые слова:** динамика культурно-языкового развития мандаринский и кантонский диалекты.

Yue Qiu  
Altai State University  
Russia, Barnaul

### ANALYSIS OF THE INTEGRATION AND DEVELOPMENT OF CANTONESE CULTURE IN NEIGHBORING AREAS

**Abstract.** Cantonese is the tonal language of the Chinese family of the Sino-Tibetan language family. It is mainly distributed in Guangdong, Guangxi, Hong Kong, Macau and other regions. It originated from the elegant dialect of the ancient Central Plains. It has spread to Guangdong, and Guangxi during the Qin and Han dynasties and merged with the local Nanyue people. Cantonese dialect is also called folk and Tanhua. Under the influence of a large number of people from the Central Plains who went south during the era of the Five Dynasties and Ten Kingdoms, a large number of ancient Chinese words have been preserved in the Cantonese dialect.

In addition, the Cantonese dialect has a deep cultural heritage. Cantonese is the carrier of Cantonese opera, Cantonese music and tells about ancient cultures and arts that are widely liked by the masses in Lingnan district. In this article, we will discuss the origin, formation, inte-

<sup>17</sup> Научный руководитель - доктор филологических наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Наталья Васильевна Халина

gration and development of the Cantonese dialect, as well as analyze the cultural relations contained in the language of neighboring regions, and study the driving force and future direction of integration and development of Cantonese culture in the neighboring region. areas.

*Keywords:* dynamics of cultural and linguistic development Mandarin and Cantonese dialects.

## Введение

Кантонский диалект называется «народным» кантонским диалектом и кантонским диалектом английского языка. Только на «Новой карте Китайской Республики? Карта лингвистической области», опубликованной в 1934 году, он был назван «кантонским» как диалект китайского языка. С точки зрения лингвистики, кантонский диалект является относительно уникальным среди основных китайских диалектов, с долгой историей и незаменимой культурной ценностью [2].

1. Кантонский диалект сохраняет большое количество элементов древнекитайской фонологии, тем самым сохраняя многие традиционные культуры, утраченные на Центральных равнинах.

2. Кантонский диалект вобрал в себя множество иностранных слов и, таким образом, стал мостом для культурного обмена между Китаем и зарубежными странами.

3. Кантонский диалект включает в себя большое количество культурных разновидностей кантонского региона и полностью воплощает в себе отличительные черты кантонской культуры. [4] **Проблемы развития языка и культуры**

В нашей стране много диалектов, кантонская культура была популярна по всей стране, и ее влияние является диалектной культурой с наиболее далеко идущим влиянием. С развитием экономики культурные обмены и потоки населения стали более частыми, и кантонская культура постепенно подверглась влиянию культуры соседних регионов, таких как хакка, диалект чаочжоу и популярность родного языка, мандарин. Итак, чтобы узнать, как кантонская культура интегрируется и развивается с языками и культурами соседних регионов? Особенно важно исследовать направления защиты и наследования.

Кантонский диалект является родным языком кантонского народа ханьской национальности. Это тональный язык, принадлежащий к китайской семье сино-

тибетской языковой семьи. Он содержит полный набор из девяти тонов и шести тонов. В совершенстве сохраняет черты древнекитайского языка. Он имеет полную систему письма и может быть полностью выражен [1] китайскими иероглифами. Это единственная компания, которая проводит независимые исследования в зарубежных университетах, помимо китайско-китайского языка путунхуа. Благодаря дельте Жемчужной реки в качестве распределительного центра, кантонский диалект широко используется в Гуандуне, Гуанси, Гонконге, Макао, Хайнани в Китае, Сингапуре, Индонезии, Малайзии, Вьетнаме в Юго-Восточной Азии и китайских общинах в Северной Америке, Европе, Австралии, Новая Зеландия и остров Рождества. Среди 80-миллионного местного населения провинции Гуандун, основной области кантонского диалекта, насчитывается почти 60 миллионов носителей кантонского диалекта; некоторые СМИ считают, что среди 100-миллионного населения провинции Гуандун число говорящих превышает 67 миллионов.

## Анализ культур и языков соседних регионов

Сосредоточившись на провинции Гуандун, основной области кантонского диалекта, в провинции Гуандун популярны три основных языка, а именно кантонский диалект, диалект хакка и диалект чаошань.

Диалект Чаошань, также известный как диалект Чаошань и язык Чаочжоу, распространен в районе Чаошань в восточной части провинции Гуандун (Чаочжоу, Цзэян, Шаньтоу) и за рубежом, в основном в Юго-Восточной Азии. Диалект теочью является ответвлением диалекта хоккиен, на котором говорят около 10 млн. Включая зарубежных китайцев и соотечественников из Гонконга и Макао, число говорящих на теочью в мире составляет около 20-30 млн человек [3]. Среди них традиционные праздничные обычаи Чаошань являются эффективным носителем высококонцентрированной культуры Чаошань. В долгосрочном

процессе формирования традиционные фестивальные обычаи Чаошань имеют богатые материальные коннотации. Например, британское пение и танцы в Чаояне, танец сороконожки в Чэнхае, танец матерчатой лошади в Раопине, а также большие гонги и барабаны, танцы львов, танцы драконов и отгадывание загадок фонарей в разных местах делают Праздник Весны очень живым. [3]. Такие мероприятия, как посещение фонарей, встречи с невестами, накрытие столов и мастеров кемпинга, имеют огромное влияние и силу распространения в провинции Гуандун.

Хакка, также известный как хакка, хакка и кантонский диалект, имеет долгую историю. В современной истории хакка когда-то был указан в качестве официального языка «Небесного царства тайпин». Хакка в основном распространен в восточном Гуандуне, западной Фуцзянь и южной части Цзянси, а также широко используется в некоторых китайских общинах на Тайване и в странах Юго-Восточной Азии. Среди них народ хакка является самой «иммигрантской» этнической группой среди восьми основных этнических групп Китая. Культура хакка формировалась и развивалась вместе с историей народа хакка на протяжении тысячелетий, в ней сконцентрировалась суть путешествия, она является важной силой развития ханьской культуры, а также одной из самых источников и важных частей международной китайской культуры.

#### **Интеграция и развитие культуры кантонского языка**

Целью культурной интеграции является усиление социального консенсуса и сплоченности [5]. С точки зрения лингвистики, кантонский диалект является относительно уникальным среди основных китайских диалектов, с долгой историей и незаменимой культурной ценностью. Сегодня сетевое взаимодействие, экономическая глобализация и формирование концепции общества с общим будущим для человечества совместно способствуют культурной интеграции и построению гуманистического сообщества, делая культурную миграцию и культурную интеграцию, делая формирование гуманистического сообщества сильным историческая неизбежность и реальная возможность. **Защита и сохранение культуры кантонского языка**

Кантонские диалекты имеют историческое происхождение и региональные особенности, они развивались и менялись с момента своего рождения до настоящего времени. Защита и наследование кантонской и кантонской культуры требует совместных усилий всех, и страна также должна поддерживать ее с точки зрения политики [6].

1. У правительства должна быть концепция защиты кантонского диалекта. Продвигая мандарин, правительство также должно продвигать местный диалект и культуру, чтобы два языка могли дополнять друг друга.

2. Внедрить уроки кантонского языка в школьных классах. Важным средством передачи культурного наследия является образование, и проведение уроков кантонского языка пойдет на пользу культурному наследию кантонского диалекта.

3. Используйте современные информационные инструменты для развития кантонского диалекта. Сегодня, с популяризацией Интернета, развитие кантонского диалекта также должно быть связано с развитием Интернета. **Динамика развития культуры кантонского языка**

Движущей силой развития кантонской культуры является культурная самобытность. Кантонская культура сегодня является общим «корнем» Гуандуна, Гонконга и Макао. Кантонский диалект имеет долгую историю и развивался в районе дельты Жемчужной реки. После длительного периода языкового обмена и интеграции, в процессе своего развития сформировав несколько аспектов культурных элементов, имеющих незаменимую культурную ценность [5].

В «Плане развития района Большого залива Гуандун-Гонконг-Макао» говорится, что «укреплять мультикультурный обмен и интеграцию и строить красивый залив с экологической безопасностью, красивой окружающей средой, социальной стабильностью и культурным процветанием». К 2035 году «культурная мягкая сила» района Большого залива будет значительно усилена, влияние китайской культуры станет более обширным и глубоким, а межкультурные обмены будут еще больше интегрированы. Из этого видно, что район Большого залива Гуандун-Гонконг-Макао является не только экономической концепцией, но и культур-



ной концепцией. Будущее направление кантонской культуры должно отвечать потребностям экономического развития и реальным потребностям людей.

#### **Заключение**

В настоящее время общество быстро развивается, и каналы для получения информации людьми увеличились. Интеграция и развитие кантонской культуры становится все более и более очевидным. Мы должны полагаться на наш родной язык, чтобы продолжать процветать кантонская культура, полная региональных Характеристики Язык — это мост для человеческого

общения, а диалекты — это не только мост, но и уникальная региональная культура Китая и ностальгия, накопленная в каждом диалекте! Интеграция и развитие кантонской культуры способствует долгосрочному развитию региона, повышает эмоциональность и температуру культуры, повышает уверенность и силу культуры, а также стимулирует эндогенную силу культурной интеграции. Это будет способствовать интеграции района Большого залива Гуандун-Гонконг-Макао в общее национальное развитие и внесет свой вклад в осуществление великого возрождения китайской нации.

#### **Библиографический список**

1. 广府文化 百度百科

<https://baike.baidu.com/item/%E5%B9%BF%E5%BA%9C%E6%96%87%E5%8C%96/8534695>

Кантонская культура Энциклопедия Baidu

2. 粤语 百度百科

<https://baike.baidu.com/item/%E7%B2%A4%E8%AF%AD/266782>

Кантонская энциклопедия Baidu

3. 粤语方言的源流历史和地域特色一些考究与思考 知乎 202.

<https://zhuanlan.zhihu.com/p/295414182>

Происхождение кантонского диалекта, история и региональные характеристики Некоторые исследования и размышления Zhihu 2020

4 甘于恩 广东方言与文化探论 中山大学出版社

Обсуждение кантонского диалекта и культуры Gan Yuen Sun Yat-Sen University Press

5. 屠海鸣 加快推进文化融合 建设粤港澳大湾区美好家园 光明日报 2022

[https://news.gmw.cn/2022-04/19/content\\_35668953.htm](https://news.gmw.cn/2022-04/19/content_35668953.htm)

Tu Хаймин ускоряет строительство культурной интеграции Гуандун-Гонконг-Макао, район Большого залива Прекрасная родина Guangming Daily 2022

6. 广东三大方言, 是如何形成的? 澎湃新闻 2019

[https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_4911028](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_4911028)

Как возникли три основных диалекта провинции Гуандун? 2019



Ифань Го  
Институт международного образования  
Волгоградский государственный  
социально-педагогический университет  
Россия, Волгоград

## ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КАЧЕСТВЕННЫХ ИМЁН ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ<sup>18</sup>

**Аннотация.** Имена прилагательные обозначают признак предмета, который иногда может содержаться в нем в большей или меньшей степени. Лексические значения прилагательных очень разнообразны: цвет, размер, форма, физическое состояние, физиологические характеристики лица, интеллектуальные и эмоциональные свойства и так далее.

**Ключевые слова:** прилагательное, грамматические категории, лексическое значение, семантика.

Ifan Go  
Institute of International Education  
Volgograd State Socio-Pedagogical University  
Russia, Volgograd

### TYPOLOGICAL FEATURES OF RUSSIAN AND CHINESE ADJECTIVES

**Abstract:** Adjectives denote attribute of object in some degree. Lexis significance of adjectives are very diversified: color, size, form, etc.

**Key words:** adjective, grammar category, lexis, semantics.

Является общеизвестным, что в русском языке имя прилагательное – часть речи, имеющая общекатегориальное значение признака предмета (адъективное, атрибутивное значение); согласующаяся с именами существительными в формах рода, числа и падежа (в ед.ч.), числа и падежа (во мн.ч.) и обладающая соответствующими словоизменительными морфологическими категориями; образующая преимущественно суффиксальным способом и выполняющая синтаксические роли определения и именной части составного именного сказуемого.

Признак, обозначаемый прилагательным, должен обязательно к чему-либо относиться, поэтому прилагательное всегда поясняет имя существительное и зависит от него. Грамматические категории русских прилагательных, таким образом, являются «отраженными»; по словам В.В. Виноградова, «они являются формами синтаксических отношений, формами грамматического согласования» [1]. А потому они не относятся к классифицирующим, являясь словоизменительными. У прилагательных нет собственно морфологических классифицирую-

<sup>18</sup> Научный руководитель – Ирина Григорьевна Павловская, к.ф.н., доцент кафедры РКИ Института международного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета

щих категорий. Академик Виноградов писал: «грамматические формы имени прилагательного - в отличие от форм имени существительного - не выражают никаких дополнительных значений, кроме общего значения согласуемого признака. Они вполне синтаксически и - в силу этого - более абстрактны».

Имена прилагательные могут обозначать разные признак предмета - качественные, относительные, притяжательные; в связи с этим выделяются их лексико-грамматические разряды.

По характеру лексического значения и грамматическим признакам русские прилагательные делятся на лексико-грамматические разряды: всего их 5 - 3 основных (качественные, относительные, притяжательные) и 2 переходных (качественно - относительные и относительно - притяжательные).

Качественные имена прилагательные обозначают качественный признак предмета, то есть такой, который может содержаться в нем в большей или меньшей степени [2, с. 6]. Лексические значения качественных прилагательных очень разнообразны: цвет, размер, форма, физическое состояние, физиологические характеристики лица, интеллектуальные и эмоциональные свойства и так далее.

Как правило, имеют следующие признаки: сочетаются с наречиями «очень» (и его синонимами) и «слишком» (очень большой, слишком красивый, чрезвычайно умный) из качественных прилагательных возможно образовать сложное прилагательное путём повтора (вкусный-вкусный, большой-большой). Однокоренное прилагательное с приставкой не- (неглупый, некрасивый). Имеют антоним (глупый — умный).

Среди начальных прилагательных выделяют слова с производной и непроизводной основами (производная основа: жаркий, бежевый, болотистый, вертлявый; непроизводная основа: синий, хитрый, плоский); слов с непроизводной основой среди качественных прилагательных значительно больше.

Из характера обозначаемого качественными прилагательными признака вытекает их главная морфологическая характеристика - они могут образовывать формы степеней сравнения (чтобы показывать

степень проявления признака); они также образуют краткие формы.

Качественные прилагательные обладают следующими, присущими только им грамматическими признаками: 1) образовывать краткую форму (хороший - хорош, старый - стар); 2) иметь степени сравнения (хороший: лучше, более хороший, лучший, самый хороший; высокий: выше, более высокие, высочайший, самый высокий); 3) сочетаемость с наречиями меры и степени (очень, вполне, чрезвычайно, весьма); 4) способность образовывать производные прилагательные, со значением субъективной оценки (с помощью суффиксов: -оньк(-еньк)-; -оваш- -(еваш)-; -ющ-; -охоньк(-ехоньк)-); 5) возможность образовывать абстрактные существительные с суффиксами: -ость (есть)-; -от(а)-; -изн(а)-; -ств(о)-; -Ø-; 6) способность образовывать соотносительные качественные наречия с суффиксами -о, -е [3, с. 173].

Далеко не каждое качественное прилагательное в русском языке обладает полным набором приведенных характеристик, но наличие хотя бы одной из них - уже показатель качества прилагательного, так как прилагательные других разрядов ни одним из этих признаков не обладают.

Относительные прилагательные в русском языке обозначают признак предмета путем его отношения к другим предметам, обстоятельствам, числу и так далее. Например: городской житель, сегодняшнее происшествие, пятый урок, берегательный счет.

Русские относительные прилагательные резко противопоставлены качественным, так как не обладают ни одним из их грамматических свойств. В словообразовательном отношении они характеризуются производной основой, так как образуются от существительных, наречий, числительных при помощи суффиксов со значением отношения. Относительные прилагательные всегда имеют синонимичные конструкции со словами, от которых они образованы: производственное совещание - совещание на производстве; кладбищенская ограда - ограда вокруг кладбища; домашние заготовки - заготовки, сделанные дома (5; 46). Особую группу среди относительных прилагательных составляют порядковые счетные слова (первый, девятый и так далее).

Притяжательные прилагательные обозначают принадлежность предмета кому-либо. Они образуются от одушевленных существительных, называющих лиц или животных. Притяжательные прилагательные отвечают на вопросы: «чей?», «чья?», «чьё?», «чьи?».

С функциональной точки зрения китайские имена прилагательные можно разделить на обычные прилагательные и прилагательные, не являющиеся сказуемыми.

Обычные прилагательные: они могут выступать в качестве предикатов, и большинство из них могут быть изменены с помощью «не» и «очень».

Прилагательные без предикатов: Основное отличие от обычных прилагательных заключается в том, что они не могут использоваться в качестве предикатов и не могут быть изменены с помощью «не» и «очень».

Семантически прилагательные можно разделить на прилагательные природы и прилагательные состояния. Прилагательные природы обозначают атрибуты, такие как «красный, желтый, большой, маленький, мягкий, твердый, великий, обычный, красивый».

Статусные прилагательные обладают очевидными описательными свойствами, включая все яркие формы прилагательных, такие как «ароматный, холодный, красный, щедрый, холодный, прямой, глупый».

Односложные прилагательные (из одного иероглифа) по схеме АА

Двусложные прилагательные (из двух иероглифов) по схеме ААББ

Используем удвоенные прилагательные как наречия (АА или ААББ)

Используем удвоенные прилагательные как предикат (АБАБ)

Структура АБАБ

Примеры АБАБ

Структура АБ 一下

Примеры АБ 一下

Употребление китайских имён прилагательных тоже отличается своеобразием. Прилагательные природы, как правило, могут быть изменены на «не» и «очень». Например, «не большой, очень большой, не яркий, очень яркий». Несколько статусных прилагательных не модифицируются «не» и «очень», например «не холодный, очень холодный, не белоснежный, очень белоснеж-

ный, не элементарный, очень элементарный».

Может изменять существительные, часто в качестве предикатов или атрибутивов. Например, «большие глаза大眼睛, высокие здания高楼大厦, холодный сливовый суп冷梅汤, титул юниора少年头衔» [4, с. 143].

Некоторые прилагательные могут перекрывать семантическое наполнение друг друга. Например, «большой, длинный, высокие».

Заявленная в данном научном исследовании проблема не исчерпывается рамками одной статьи, а требует дальнейшего изучения в рамках курсового и выпускного квалификационного проекта. Поэтому предполагается сформулировать дополнительные задачи изучения и анализа имён прилагательных в русском и китайском языке.

**Библиографический список**

1. Виноградов В.А. Интерференция // Языкознание. Большой энциклопедический словарь // гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998.
2. Залевская А.А. Речевая ошибка как инструмент научного исследования // Вопросы психолингвистики. – 2009. – № 9. – С. 6
3. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е, испр. и доп. – Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. – 486 с.
4. Сюй С. Проблемы преподавания фонетики китайского языка русским студентам // Молодой ученый. – 2011. – № 12. – Т. 2. – С. 141–144.

Анастасия Остапченко  
Институт международного образования  
Волгоградский государственный  
социально-педагогический университет  
Россия, Волгоград

## ОРНИТОНИМЫ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ: ЛИНГВО-КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ<sup>19</sup>

**Аннотация.** Научная работа посвящена изучению специфики орнитонимической лексики русского и китайского языков, символики орнитонимов. Цель данной работы – выявление, описание и сопоставление национально-культурной специфики переносной семантики орнитонимов в русском и китайском языках.

**Ключевые слова:** орнитоним, национально маркированная лексика, переносная семантика, символ.

Anastasia D. Ostapchenko  
Institute of International Education  
Volgograd State Socio-Pedagogical University  
Russia, Volgograd

### ORNITHONYMS IN RUSSIAN AND CHINESE: LINGUISTIC AND CULTUROLOGICAL RESEARCH

**Abstract.** The article investigates specificity of ornithonymic lexis and symbols in Russian and Chinese. The main goal is to expose, describe, compare national and cultural specificity of ornithonyms figurative semantics.

**Key words:** ornithonyms, nationally marked lexis, figurative semantics, symbol.

Во многих языках развиваются сходные переносные метафорические обозначения, что подтверждает наличие универсальных черт в языковых картинах мира, единстве закономерностей мышления и сходстве опыта говорящих на разных языках [1, с. 13]. Например, павлин в русской и китайской лингвокультурах стал символом надменности: «распустить павлиний хвост» (обр. о хвастуне, который желает выставить себя в лучшем свете); 孔雀开屏 — 翘尾巴 ‘Павлин распускает хвост – задирать хвост высоко’ (обр. чваниться, кичиться,

задирать нос).

В то же время общие метафорические переносы могут получать свое особое преломление в разных языках. Так, пение соловья, которое в русской культуре обозначает талант человека, например: «Мал соловей, да голос велик» (обр. о внешне непримечательном, но талантливом человеке) [2, с. 278], в китайской служит для описания женской манеры говорить: 莺声燕语 ‘пение соловья и щебетание ласточки’ (обр. о вкрадчивой и плавной женской речи).

<sup>19</sup> Научный руководитель – Ирина Григорьевна Павловская, к.ф.н., доцент кафедры РКИ Института международного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета

Кроме того, в языке существуют специфические метафорические переносы, не имеющие параллелей в других языках. В китайском языке, например, образы чайки и цапли иногда ассоциируются с отшельничеством: 鹭约鸥盟 ‘цапля приглашает в союзики чайку’ (обр. жить жизнью отшельника, в уединении); 鹭朋鸥侣 ‘цапля дружит с чайкой’ (обр. жить отшельником). В русском языке данное переносное значение отсутствует.

Очень часто птицы присутствуют в календарных обрядах [3, с.325]. Так в китайском языке орнитоним кукушка имеет положительное значение – это символ весны, большого урожая осенью. Китайская пословица гласит: 布谷布谷, 割麦种谷! ‘Кукушка кукует – пора убирать пшеницу и сеять рис!’.

Сравнительный анализ образного компонента семантики птиц в русском и китайском языках показал, что можно говорить о трех группах номинации:

1. Наименования птиц, не все переносные значения которых совпадают в русской и китайской культурах. К этой группе отно-

сятся птицы: утка, журавль, сова, сорока, воробей, соловей, ласточка, голубь, павлин, попугай. Анализ показывает, что к данной группе относится большая часть исследуемых орнитонимов.

2. Наименования птиц, переносные значения которых различаются в русской и китайской культурах (лебедь, кукушка, чайка).

3. Наименования птиц, переносные значения которых выделяются только в русской или китайской культуре (утка мандаринка и фазан в китайском языке, индюк – в русском).

Для китайской культуры важен образ пары уток-мандаринок, которые являются символом любви, верности и брака. 鸳鸯凤侣 ‘пара мандаринок, влюбленные фениксы’ (обр. о верной любви или о красивой паре); 棒打鸳鸯 ‘палкой разогнать селезня с уткой’ (обр. разлучить влюбленных или супругов); 水上的鸳鸯 ——— 一会儿也离不开 ‘Как мандаринки на воде – никогда не расстанутся’.

В русской языковой картине мира индюк характеризует человека как необоснованно высокомерного глупца, представле-

Таблица № 1

Сравнительная таблица

Наименование птицы	Русские переносные значения	Китайские переносные значения
Лебедь	1) женская красота; 2) непорочность, чистота; 3) супружеская верность; 4) символ смерти	символ недостижимого
Кукушка	1) плохая мать; 2) лицемерие и лесть; 3) хвастливость; 4) кукушка – вещий символ	1) символ весны; 2) символ большого урожая
Чайка	1) символ мечты о счастье; 2) одиночество; 3) крик чайки символизирует грусть	1) безмятежность и вольная жизнь; 2) отшельничество; 3) смелость



ние о собственном положении которого ни на чем не основано. Например: «надулся, как индюк» [4, с. 482], «вид как у индюка» (обр. о чьем-либо самодовольном, напыщенном, надменном виде) [5, с. 297].

По нашему мнению, отдельно от трех выделенных групп стоит рассматривать – наименования птиц, сравнение переносных значений которых затруднено по причине разделения или неразделения на основе видового или полового признака. В данной группе были рассмотрены следующие орнитонимы: петух и курица / 鸡; ворон и ворона / 乌鸦; орел и сокол / 鹰; домашний гусь 鹅 / дикий гусь 雁.

Рассмотрим орнитонимы «петух» и «курица».

Для русской культуры принципиально разделение образов петуха и курицы. В китайском языке наименования курицы и петуха чаще всего передаются одной лексемой 鸡. Понять о ком идет речь – о курице или о петухе, очень сложно, это возможно лишь в контексте. Например, только петухи могли участвовать в боях. На основании данного факта, мы можем сделать вывод, что все случаи употребления лексемы 鸡 в контексте драки, вступления в бой, защиты территории подразумевают

участие петуха, а не курицы. Орнитоним 鸡 «петух» в данных контекстах используется для указания на вспыльчивого, агрессивного, а иногда смелого человека. Данное переносное значение является общим для русской и китайской лингвокультур.

Петух как предвестник начала дня, также является общим для обеих культур. В данном случае разделение петуха и курицы в китайском языке не вызывает затруднений, так как курица не кукарекает на рассвете.

Курица как особь женского рода в обеих культурах символизирует материнство, а выполнение ею своей главной функции, носки яиц, обозначает важную деятельность, работу.

Все остальные переносные значения для китайского языка невозможно отнести к курице или петуху. Это значения: 1) шума, суматохи; 2) незначительности; 3) обывателя.

В русской культуре есть значения собственные только петуху или только курице. Так, орнитоним петух может обладать переносным значением гордеца. Орнитоним курица может обладать значениями: 1) глупости, 2) отсутствия таланта.

## Библиографический список

1. Гак В.Г. Метафора: универсальное и специфическое // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С. 11-26.
2. Даль В. Пословицы русского народа: Сборник В. Даля: в 2-х т. Т. 2. – М.: Художественная литература, 1989. – 447 с.
3. Гура А.В. Символика животных в славянской народной традиции. – М.: «Индрик», 1997. – 910 с.
4. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражения. – 4-е изд., доп. – М.: ООО «А ТЕМП», 2006. – 944 с.
5. Мокиенко В.М.. Словарь сравнений русского языка: 11000 единиц. – СПб. : Норинт, 2003. – 603 с.

Юйчжэнь Ли

Институт международного образования  
Волгоградский государственный  
социально-педагогический университет  
Россия, Волгоград

## ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ОБОЗНАЧЕНИЯ ТОПОНИМОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ<sup>20</sup>

**Аннотация.** Исследование посвящено формированию топонимов, а также определяются способы и причины возникновения географических наименований.

**Ключевые слова:** топоним, регион, происхождение названий, географический объект.

Uichzchan Li

*Institute of International Education  
Volgograd State Socio-Pedagogical University  
Russia, Volgograd*

### LINGUISTIC WAYS FOR DEFINING TOPONYMS IN RUSSIAN LANGUAGE

**Abstract:** The research devotes to toponyms forming and determine of ways and reasons for geographical names origination.

**Key words:** toponym, region, names origination, geographical objects.

Топонимы – это не только лингвистический феномен, но также и культурный феномен. Как лингвистический феномен и культурный феномен, географические названия имеют свои собственные характеристики. Топонимы как своего рода языковые явления характеризуются своими собственными характеристиками: во-первых, спецификой. То есть каждое название места «связано с конкретным названными объектам и является специфическим признаком определенного места или региона» [1, с. 65].

Второй – символический, когда языковые материалы, используемые для географических названий, отличаются от обычной лексики, большинство из них утратило свое первоначальное значение в языке и в основном используется как предполагаемый символ. В дополнение к характеристикам специфичности и символизма, топонимы также обладают характеристиками изменчивости. Название топонимического объекта обычно относится к определенному месту или региону,

---

<sup>20</sup> Научный руководитель – Ирина Григорьевна Павловская, к.ф.н., доцент кафедры РКИ Института международного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета

но в реальной жизни будут происходить отклонения разной степени, то есть вариации, такие как явление одноименного топонима. И фонологические вариации географических названий и так далее. Если сказать, что специфика, символичность и изменчивость географических названий делают топонимику языком особого порядка.

Рассматривая лингвистические явления, можно отметить, что различные вариации географических названий тесно связаны с культурой. В этом смысле топонимы – это не просто лингвистический феномен, это все еще культурный феномен.

Как культурный феномен, географические названия являются неотъемлемой частью, неизбежным результатом культурного развития человечества и одним из важных символов человеческой цивилизации. Со дня своего рождения топонимы стали неотъемлемой частью человеческой культуры. Человеческая культура пережила переход от простого к сложному, от единичного к богатому с древних времен до настоящего времени. Процесс разработки названия местностей также развивается синхронно с культурой.

Происхождение и функционирование слов-топонимов связано с различными обстоятельствами. Так, различают следующие виды топонимических наименований:

1. Название в честь природно-географической среды, в которой он расположен – топонимы, связанные с соседними реками (город Анадырь в Восточной Сибири назван в честь устья реки Анадырь, город Волгоград в ЮФО назван в честь реки Волги).

2. Назван в честь характеристик географической среды – Саратов от тюркского «сары тау» -- желтая гора.

3. Назван в честь естественной формы рельефа, в которой он расположен, является долиной, котловиной или равниной – Челябинск, название места происходит от башкирского «ееляба», что означает «бассейн» или «ведро», названо в честь того, что крепость была построена во впадине.

4. Назван в честь природных минеральных источников вокруг города – Железноводск (источники с железосодержащей минеральной водой), Кисловодск (название природно газированной минеральной воды «кислая вода»)

5. Топонимы, названные в честь минералов, природных ресурсов – города Никель, Асбест, Медногорск, Апатиты и др.

Россия обширна и довольно богата, как по количеству, так и по разнообразию топонимических названий, она занимает одно из первых мест в мире.

Можно отметить, что названия мест – это слова, обычно используемые людьми. «Названия мест тесно связаны с человеческой жизнью» [2, с. 28], и люди постоянно имеют дело с названиями мест. Когда нужно понять страну или мир, вы не можете обойтись без географических названий повсюду. Географические названия есть во всем мире, это то, что мы знаем и понимаем окно в мир.

Как часть лексики русского языка, русские топонимы тесно связаны с русской культурой, а культура топонимов является важной частью русской культуры.

Все географические названия имеют свой смысл. Никакой народ не называл реку, озеро или селение «просто так», случайным сочетанием звуков. Язык народа не является чем-то застывшим, он изменяется, развивается, некоторые слова исчезают совсем, некоторые меняют свой смысл. Поэтому трудно бывает найти объяснение имени той или иной речки, села, города. Но что удивительно, благодаря названиям в наши дни звучат вышедшие из употребления, давно забытые слова родного языка, слова чужих и даже исчезнувших, «мёртвых» языков. За каждым словом стоят удивительные истории, часто легенды.

Своеобразие российской топонимики проявляется еще и в том, что помимо официальных, нанесенных на карты, географических названий здесь существует огромная масса топонимов-прозвищ. Основная их черта - наличие эмоционально-оценочной окрашенности и образной характеристики объекта. Многие из них признаны официально и занесены в многочисленные справочники.

Изучение топонимики является одним из факторов успешного усвоения географической номенклатуры в региональном курсе страноведения. При изучении топонимов, прежде всего, следует выяснить те основания и принципы, на которых строятся географические названия. В самой глубокой основе здесь лежит, во-первых, необходи-

мость обозначения отдельных природных объектов с целью ориентировки на местности; во-вторых, всюду и всегда имеется необходимость отметить объекты, важные в хозяйственном отношении. Позже возникли топонимы, происшедшие от личных имен. Многие природные объекты часто носят названия по внешним признакам, приметам промыслово-хозяйственного порядка.

Населенные пункты обозначают названия, происшедшие от близлежащего природного объекта.

Изменения топонимов демонстрируют изменения, происходящие во времени. Указанные особенности позволяют рассматривать изучение топонимики как реализацию одного из аспектов исторического подхода.

### **Библиографический список**

1. Агеева Р.А. Происхождение имен рек и озер. - М.: Наука, 1985. -- 144 с.
2. Ерофеева, Т. И. К вопросу о природе и системе языка/ Т. И. Ерофеева// Проблемы социо и психолингвистики: Сб. ст. - Перм. ун-т. - Пермь, 2003. - Вып.3. -- с. 28-36.

Джихван Ким  
Институт международного образования  
Волгоградский государственный  
социально-педагогический университет  
Россия, Волгоград

## ПИСЬМЕННАЯ РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В УРБАНИСТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ<sup>21</sup>

**Аннотация.** Научная работа посвящена изучению и классификации форм и способов письменной коммуникации в современном городе. Особое внимание уделяется СМИ.

**Ключевые слова:** коммуникация, современный город, интернет, СМИ.

Jihwan Kim  
Institute of International Education  
Volgograd State Socio-Pedagogical University  
Russia, Volgograd

### WRITING COMMUNICATION IN THE URBAN SPACE

**Abstract.** This scientific research devotes to investigation and classification of forms and ways of writing communication in the modern city. The main attention is paid to mass media.

**Key words:** communication, modern city, internet, mass media.

Коммуникация между людьми существовала во все эпохи, а в наше время просто появились технические средства ее реализации (раньше информация на большие расстояния передавалась с помощью огня, гонгов и т.д., а сейчас - телевидения, интернета, радио, газет и т.п.). Самыми древними письменными символами, которые, как известно, были сделаны для общения, были наскальные рисунки, форма петроглифов, датируемая палеолитом. Самые старые известные наскальные рисунки находятся в пещере Чобе, которая, как говорят, датируется примерно 30 000 годом до нашей эры. Эти картинки содержат все больше инфор-

мации. Подсчитано, что люди создали первые календари 15 000 лет назад. Связь между рисованием и письмом более лингвистическая. В Древнем Египте и Древней Греции понятия и слова для рисования и письма были одинаковыми.

К средствам современной коммуникации относятся такие технические средства массовой коммуникации, как телефон, телеграф, меил и т.д. Современный город – это, прежде всего, активное деловое, творческое и культурное общение горожан. Миллионы людей каждый день используют Интернет для различных целей. Наиболее

---

<sup>21</sup> Научный руководитель – Ирина Григорьевна Павловская, к.ф.н., доцент кафедры РКИ Института международного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета

распространенное применение - электронная почта, которая приобрела особо важное значение и для граждан бывших союзных республик, устанавливающих связи с жителями зарубежья. К тому же, во времена кризиса Интернет оказался постоянным источником новостей и информации, в основном потому, что его нельзя полностью отключить.

Электронная почта, изначально предназначенная для обмена небольшими текстовыми сообщениями, развивается и совершенствуется. Современное электронное письмо - это уже не просто короткий текст. В таком письме могут содержаться необходимые рисунки, и даже небольшие видеоролики с движущимися объектами, а также звуковое и музыкальное сопровождение письма.

Коммуникация в целом — это передача новостей и информации или мнений с использованием таких средств массовой информации, как почта, телеграф и телефон. Это часто выражается в письменном общении. Повседневная жизнь не может проходить без взаимного общения. «Иными словами, люди передают свои намерения или другую информацию» [1, с. 36] другим голосом, мимикой, жестами рук, рисованием картинок (или текстов), для передачи которых требуются отдельные средства. Здесь средство передачи информации или мнений людям из разных мест называется общением. Коммуникация — это перемещение идей и информации о людях и вещах с места на место, то есть служебный акт, выполняющий функцию передачи. Следовательно, даже если это одна и та же сфера услуг, она отличается от отрасли транспорта и транспорта, которая сама доставляет людей или предметы, и отличается от отрасли общих услуг, такой как торговля в реальной экономике, которая обменивает материальные товары или ресторан. и индустрии гостеприимства. Учитывая, что под транспортом в широком смысле понимается акт перемещения людей, грузов и тела с места на место, среди них акт перемещения людей и грузов с места на место называется перевозкой или перевозкой, а акт перемещения тела с места на место можно рассматривать как общение. В широком смысле общедоступная передача, такая как радиовещание или газеты, также соответст-

вует коммуникации, но в узком смысле коммуникацией называется прямая коммуникация и индивидуальная передача, такая как почта и телекоммуникации.

В последнее время с развитием информационных и коммуникационных технологий появились новые средства массовой информации, новые медиа. Новые медиа включают Интернет, интерактивное кабельное телевидение, смартфоны и USS и характеризуются как интерактивная среда, которая может общаться друг с другом [2, с. 372]. В результате общественность активно отбирает и интерпретирует содержание средств массовой информации, тем самым становясь субъектом, способным активно производить и создавать культуру.

Интернет является очень интерактивным средством массовой информации. Интернет — это всемирная паутина, которая передает данные в пакетном обмене по стандартному интернет-протоколу (IP). Подключены миллионы правительственных, академических и корпоративных сайтов, предоставляющих разнообразную информацию и услуги, включая электронную почту, онлайн-чат, передачу файлов и связанные веб-страницы.

В конце 20-го века появление Всемирной паутины стало средством массовой информации, к которому могли легко получить доступ отдельные пользователи. С появлением широкополосных сетей и развитием технологии P2P можно получить огромное количество информации и изображений, но стало очень трудно судить о достоверности содержимого веб-страницы. Экстренные новости могут быть доставлены в мир за считанные минуты через Интернет. Стала возможной немедленная и децентрализованная коммуникация, что изменило социальную роль СМИ.

Интернет стремительно становится центром средств массовой информации. Все стало легкодоступно через Интернет. Вместо того, чтобы брать в руки газету или смотреть новости, люди теперь получают доступ к Интернету, чтобы получать новости, которые они хотят.

Сегодня уже ни у кого не вызывает сомнения, что электронные цифровые технологии в сочетании с Интернетом (и технологиями следующего поколения информационных сетей) определяют будущее ком-



муникаций. Интернет уверенно отвоевывает себе жизненное пространство у других средств распространения и обмена информацией. В возникшей ситуации многим газетам и журналам приходится срочно делать выбор: размещать свое издание в сети Интернет или нет.

Существуют также и проблемы, характерные для городской коммуникации, связанные с большой численностью населения,

а значит и информационных сообщений, и информационного «мусора». Информационное перенасыщение городского пространства, проявляющееся, в частности, в наружной рекламе, больше всего ударяет по психике и самочувствию горожан. Становясь невольными заложниками навязчивых и агрессивных рекламы и масс-медиа, жители мегаполисов испытывают стресс, подавленность, одиночество, страх.

### **Библиографический список**

1. Павловская И.Г. Рациональное и эмоциональное в лирике Арсения Тарковского // Грани познания. 2018 № 1 (54) . С. 35-37.
2. Дементьев, В. В. Теория речевых жанров / В.В. Дементьев – М.: Знак, 2010. – 600 с.

Синьчао Яо  
Институт международного образования  
Волгоградский государственный  
социально-педагогический университет  
Россия, Волгоград

## РУССКИЙ МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ: ИНОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТ- ВОВАНИЯ <sup>22</sup>

**Аннотация.** Работа посвящена изучению способов заимствования сленга. Новые слова приходят в молодежную лексику из разных языков и функционируют в ней по законам русского языка.

**Ключевые слова:** лексика, сленг, заимствования, причины внеязыковых заимствований

Sinchao Yao  
Institute of International Education  
Volgograd State Socio-Pedagogical University  
Russia, Volgograd

### RUSSIAN SLANG: FOREIGN BORROWINGS

**Abstract.** The scientific research devotes to investigation of ways of borrowings in Russian slang. New words come to the youth lexis from different languages and operate in it according to Russian language laws.

**Key words:** lexis, slang, borrowings, reasons of extra-linguistic borrowings.

В течение всего исторического периода существования и развития русского языка в него входили заимствования из разных языков.

Основными внеязыковыми причинами заимствования являются экономические и политические контакты разноязычных народов. При исследовании заимствований учитываются следующие аспекты: 1) источники заимствования; 2) устное или письменное заимствование; 3) прямое/опосредованное; 4) древнее, позднее, новое, новейшее; 5) уровневое или межуровневое заимствование [1, с. 58].

Процессы заимствования особенно активны в молодежном сленге. Слова заимствуются прежде всего из английского языка. Заимствования из других языков единич-

ны, например, из немецкого: кинд и киндер – ребенок (нем. Kinder – ребенок): А это чьи кинды бегают? Сама прибарахлилась и кинда своего приодела. А это наш киндер. Сережа, поздоровайся; русиш – русский язык (учебный предмет): По русишу три упражнения писать (нем. Russisch русский язык).

Заимствования из английского языка – это прежде транслитерированные имена существительные: вайф, ворк, даун, дресс, дринк, кайф, лав, лайф, лавэ, мэн, найт, найф, прайс, сайд, сайз, стрит, таун, тейбл, тичер, фейс, френд, хайр, чиз. Данные примеры показывают «популярность» одно-сложных слов с дифтонгом /ай/. Многие из этих слов сохраняют исконные значения: вайф – жена, ворк – работа, лав – любовь, лайф – жизнь, найт – ночь, найф – нож, прайс – цена,

<sup>22</sup>Научный руководитель – Ирина Григорьевна Павловская, к.ф.н., доцент кафедры РКИ Института международного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета

сайз – размер, стрит – улица, тичер – учитель, фейс – лицо, френд – друг, чиз – сыр.

При этом некоторые показывают многозначность: слово *найт* имеет переносное сленговое значение: 1. Ночь: Который *найт* все ол райт. 2. Ночлег, ночь, проведенная где-либо: Куда бы нам на *найт* вписаться? Два значения имеет и слово *прайс*: 1. Деньги: С *прайсом* глухо. Не на что и чаю попить. 2. Цена, количество денег, необходимое для покупки чего-либо.

Одним из существенных этапов освоения русским языком иноязычных слов считается наличие словообразовательных цепочек [2, с. 301]. В сленге весьма активно суффиксальное словообразование: *аск* (существительное от глагола *аскать* – англ. To ask) – 1. Попрошайничество, сбор милостыни: Пошли со мной на *аск*. 2. Конечно, безусловно, разумеется (утвердительная частица): *Коньячку-то глотнешь?* – *Аск!*

*Аскатель* – тот, кто часто просит что-нибудь у знакомых: *Жорик* такой *аскатель*, даже расческу одалживает.

*Аскер* – человек, живущий на *аске*, т.е. за чужой счет, на деньги, средства, собранные с друзей, знакомых: Благодаря «системе» появились так называемые *аскеры*, беззастенчиво греющие рук на отзывчивости *пипл*.

*Аскасть* – 1. Просить у кого-либо что-либо: Иногда по *пьянке* ночевал у *Светки*. У метро, как водится, *аскал* монетки. 2. Спрашивать у кого-либо что-либо: *Лихачев* сам говорил, что был *невьездной*, эстонцу этому /телеведущему *У. Отту*/, который по ящику у всех все *аскает*.

Отмечается также форма совершенного вида – *аскнуть*.

Следующая словообразовательная цепочка с различными суффиксами также представлена большинстве эмоционально-экспрессивными: *герла* – девушка (И когда пришло время, *приспичило* ему жениться на *тусовой герле Марин*), *герленок* (А это что за *герленок?* – *новенькая*), *герлица*, *герлениш*, *герлуха* (Мужик какой-то *обдолбанный*, *герлуха* *пьяная*, точно, думаю, на *филфак* едут), *герлушка* (Она раньше вроде ничего *герлушка* была). Сюда же входит прилагательное *герловый*: *Какая разница – герловый, не герловый, надевай!*

Слово '*дринк*' показывает следующие особенности:

1. Имеет произносительные и графические варианты – *дриньк* *Дрнк*, *Дринч*.

2. Употребляется в двух значениях: а) алкогольный напиток (Я торжественно подняла свои *слабенькии дринк*. Дедок опять пошел за *дриньком*); б) выпивка, пьянка, распитие спиртных напитков (*Дринкнул*, и что дальше? *Сидишь*, как на иголках, *ждешь* следующего *дринка*).

3. Является основой словообразовательной цепочки: *дринкануть*, *дринкать* (*дринькать*), *дринкнуть*, *дринчать*, *дринчить*, *дринкач*, *дринкер*. *дринк-команда* (*дринч-команда*).

Отмечаются и случаи префиксального словообразования. *Безандестенд* – 1. О тупом, недогадливом человеке, который не понимает чего-либо: Мне с этим *безандестендом* не по пути. 2. О ситуации непонимания кем-либо чего-либо: Я ему говорю, а в ответ – *полный безандестенд*. *Беспрайсо-вый* – 1. Бесплатный: *Американские евангелисты* – *вход беспрайсовый*. 2. Не имеющий денег. *Обхайрать* – *остричь* кому - либо *длинные волосы*: Да того *гляди свинтят* да *обхайрают* в *ментовке*. *Обхайраться* - 1. *Постричься*, *обрезать волосы*: *Пойти*, что *ли, обхайраться?* – Да рано еще, *пап*, *обработай*.

Единичны примеры словосложения: *алкмэн* (*алкоголик*), *даунклуб* (*скучное сборище, собрание*).

В заключении необходимо отметить, что в последние десятилетия наиболее активно входят в русский язык англоязычные слова, что обусловлено широким распространением английского языка во всем мире, а также распространением информационных технологий. Молодежный сленг в полной мере показывает процессы освоения русским языком иноязычных слов, что отражает конкуренция произносительных и словообразовательных вариантов.

Наиболее активным является суффиксальный способ словообразования. Префиксальный способ представлен немногочисленными словами. Единичны примеры словосложения. Особенностью молодежного сленга является активное использование эмоционально-экспрессивных суффиксов.

Склонностью к речевой экспрессии обусловлено, вероятно, и использование мака-

ронического стиля. На уровне семантики отмечается развитие собственно сленговых переносных значений.

### **Библиографический список**

1. Вороничев О.Е. Лексическая стилистика и культура речи: Учебное пособие для учителей русского языка и литературы. Брянск: Курсив, 2008.- 252 с.
2. Русский язык: учебник для студ. сред. проф. учеб. заведений / Н.А.Герасименко, А.В.Канафьева, В.В.Леденева И др.; под ред Н.А.Герасименко. 8-е изд., стер.- М.: Издательский центр «Академия». 2009.-496 с.

## Раздел VI

---

# **АФРОАЗИАЛТАЙСКИЙ КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И КОММУНИКАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ**

## **Section VI. AFRO-ASIAN CROSS-CULTURAL MAN- AGEMENT AND COMMUNICATION MARKETING**

Чжэн Ли  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## РОЛЬ МЕТАФОРЫ В РАЗВИТИИ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ КИТАЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

**Аннотация.** Концептуальная метафора вездесуща и систематична в китайской экономике, как способ мышления, она стала инструментом для понимания экономических явлений. Обобщение метафорических паттернов в нем поможет нам развить и укрепить метафорическое мышление и осознание, чтобы лучше понять китайскую экономическую систему.

**Ключевые слова:** концептуальная метафора, экономический дискурс, метафорическое мышление, экономика языка

Zheng Li  
Altai State University  
Russia, Barnaul

### THE ROLE OF METAPHOR IN THE DEVELOPMENT OF THE CONCEPTUAL SYSTEM OF THE CHINESE ECONOMY

**Abstract.** The conceptual metaphor is ubiquitous and systematic in the Chinese economy, as a way of thinking, it has become a tool for understanding economic phenomena. Generalizing metaphorical patterns in it will help us develop and strengthen metaphorical thinking and awareness to better understand the Chinese economic system.

**Keywords:** Keywords: conceptual metaphor, economic discourse, metaphorical thinking, economics of language

Согласно традиционной лингвистике, метафора — это всего лишь риторический прием, играющий декоративную роль. В 1980 году вышла книга «Метафоры, которыми мы живем» в соавторстве с американскими когнитивными лингвистами Лакоффом и Джонсоном [1], в которой метафоры были наделены новыми коннотациями.

Метафоры можно использовать не только для организации и понимания мыслей и понятий, скрытых за конкретными языковыми фактами, но также для систематического изучения дискурса в таких профессиональных областях, как политика, экономика, образование и медицина. Соответствующие исследования показали, что даже в строгом и абстрактном деловом и экономическом дискурсе метафоры можно найти повсюду. Такие метафоры, как «экономические рычаги» и «торговая война».

Экономическая система Китая представляет собой «социалистическую рыночную экономическую систему с государственным сектором экономики в качестве опоры и множественными формами собственности, развивающимися вместе». Экономические вопросы также находятся в центре внимания основных иностранных СМИ. Одна из областей, вызывающих наибольшую озабоченность в Китае. На первый взгляд метафоры связывают сложные экономические вопросы с интуитивными явлениями жизни и культуры для облегчения чтения. С более глубокой точки зрения метафора отражает ценностную критику экономических акторов со стороны конкретных СМИ и даже конкретной социальной и культурной среды, в которой находятся СМИ, тем самым конструируя «имидж» экономических акторов. Суверенные государ-



ства часто становятся объектом ряда крупных экономических действий. Не будет преувеличением сказать, что метафора является одним из наиболее эффективных средств СМИ для создания национального образа. Сыграл важную роль в построении экономической системы Китая.

Пример:

А. 在领航“一带一路”建设征程中，中国重信践诺，“实”字当先，以自身发展为契机，让更多国家搭上了中国发展快车，兑现了与世界互利共赢的承诺。

На пути строительства «Пояса и пути» Китай сдержал свои обещания и сдержал свои обещания. Пользуясь возможностью собственного развития, Китай позволил большему количеству стран сесть на экспресс китайского развития и выполнил свое обещание о взаимном сотрудничестве. выгода и взаимовыгодное сотрудничество с миром.

Сопоставление проектов «Пояса и пути» с дорогой означает, что это путешествие имеет начальную и конечную точки, а также неизвестные риски при транспортировке и путешествии. Характеристики метафоры дороги делают ее положительной для представления образа Китая, символизируя, что «Один пояс и один путь» стал путешествием, и Китай стремится, чтобы путешественники достигли яркого пункта назначения, что способствует формированию ответственной идентичности.

Б. 我们相信，各个国家、地区、国际组织、企业、专业人士等不同主体都能充分地参与到“

一带一路”建设中来，共享共建共赢，共同唱响这首全球化大融合大发展的大合唱。

Мы считаем, что все страны, регионы, международные организации, предприятия, специалисты и другие субъекты могут в полной мере участвовать в строительстве «Пояса и пути», участвовать в совместном строительстве и взаимовыгодной ситуации и вместе петь песню глобализации, интеграция и развитие хор.

Из контекста метафор видно, что китайские СМИ уделяют больше внимания теме и форме перформансов, а в центре метафор перформанса принимают участие и сотрудничество между странами.

**Перспектива исследования экономической метафоры**

Лингвисты и экономисты обычно считают, что метафора как когнитивный механизм широко распространена в экономике.

Исследования метафор в бизнесе и экономике в основном включают две разные исследовательские точки зрения: экономику и лингвистику.

Исследователи-лингвисты обращают внимание на дискурс и коммуникативную среду, в которой используются метафоры, стремясь выявить распределение концептуальных структур, коммуникативных функций и скрытых идеологий в экономических дискурсах.

Исследователи экономики в основном сосредотачиваются на репрезентации знаний в области экономики, сосредотачиваются на анализе метафор с уровня теоретического построения и сосредотачиваются на извлечении и прояснении метафорических тем, которые играют ведущую роль в экономике, чтобы исследовать эпистемологические проблемы. дисциплины или экономической основы метафоры, от которой зависят академические термины, подчеркивая важную роль метафоры в процессе передачи знаний и концептуализации в экономике.

### **Классификация концептуальных метафор**

Джордж и Лакофф разделили метафоры на структурные метафоры (structural metaphors), онтологические метафоры (ontological metaphors) и ориентационные метафоры (orientational metaphors).

#### **1. Структурные/структурные метафоры**

Некоторые понятия в экономике абстрактны и профессиональны, и непрофессионалам будет трудно их понять. Авторы экономических газетных статей часто сравнивают их с вещами, с которыми люди знакомы в повседневной жизни.

Применение этой метафоры к финансовым отчетам может ярко выразить информацию, передаваемую абстрактными экономическими вещами. Лакофф и Джонсон называют метафору использования хорошо структурированного и четко описанного понятия для построения другого понятия структурой.

Пример:

А.市场是一只看不见的手/Рынок – невидимая рука

**"Рука" - это понятие, с которым мы знакомы.** С первоначальным созданием и постепенным улучшением социалистической рыночной экономической системы экономика моей страны быстро развивалась. В то же время это также требует от нас дальнейшего понимания и освоения характеристик и внутренних законов социалистической рыночной экономики, чтобы, формулируя и проводя в жизнь принципы и политику, мы соответствовали объективным экономическим законам и способствовали здоровому развитию народного хозяйства.

**Используя невидимые пальцы для представления рынка, полностью отображаются сложные и непредсказуемые характеристики рынка и возможность автоматической настройки экономики.** Эта непостижимая сила на самом деле является экономическим законом, скрытым за экономическим явлением.

#### Б.金融流感

Финансовый грипп

Это означает, что экономическое развитие затруднено и состояние развития не является хорошим.

#### В.更多政策推动满足晚间食欲需求。

Больше политики для удовлетворения вечернего аппетита.

Используйте исходный домен «человеческий аппетит» для построения целевого домена «потребительское желание». Когда аппетит человека увеличивается, он съедает больше пищи. Точно так же, когда желание потребителей покупать продукты возрастает, они будут покупать больше товаров, чтобы способствовать экономическому развитию. Выберите концептуальную метафору «аппетита», опыт, знакомый широкой публике, чтобы объяснить абстрактную и сложную взаимосвязь между желанием потребителей покупать товары и количеством приобретенных товаров в простой для понимания форме для обычных читателей.

В экономическом дискурсе концептуальная структура войны часто сопоставляется с экономической областью, а деловое поведение сравнивается с войной, например, «ценовая война», «война продвижения», «война онлайн-покупок» и так далее.

Чтобы победить своих противников и максимизировать свои интересы, противоборствующие стороны часто используют различные тактики, такие как «эвакуация», «задержка» и «снайперская стрельба». Образ «метафоры войны» ярко представляет жесткую и сложную реальность деловой конкуренции, позволяя людям лучше понять деловое поведение.

Пример:

Г.

银行间的信用卡优惠促销大战再次打响。

Г. Снова началась битва за продвижение кредитных карт между банками.

В силу своей специфики банки играют очень важную роль в экономической системе. Он оперирует не просто товарами общего назначения, а денежным капиталом, который тесно связан с экономической жизнью населения и играет очень важную роль в значительном повышении уровня экономического развития страны.

Д.众多电商网站更是厉兵秣马，一场波澜壮阔的光棍节网购大战全面打响。

Д. Многочисленные веб-сайты электронной коммерции работают полным ходом, и великолепная битва онлайн-покупок в День холостяка идет полным ходом.

Быстрый рост электронной коммерции в Китае привел к новым изменениям в экономическом развитии. Электронная торговля сыграла важную роль в стимулировании потребления, стабилизации внешней торговли, содействию борьбе с бедностью и обеспечению модернизации промышленности. Она стала важной движущей силой для стабилизации экономического роста Китая и качественного развития. Жесткая конкуренция между компаниями электронной коммерции подчеркивается использованием «сильно вооруженных сил» и «войны», которые лучше отражают быстрое экономическое развитие.

#### 2. онтологические метафоры

Метафора сущности — это метафора, рассматривающая абстрактные вещи, такие как поведение, мысли и эмоции, как сущность или субстанцию. Такая метафора помогает нам понять абстрактные экономические явления. Наиболее распространенным способом является создание концептуальных метафор с контейнерами и орга-

низмами (человеком или животным) в качестве исходных доменов.

Пример:

А. 泡沫经济, 指充满投机高风险的经济

А. Экономика пузыря – это экономика, полная спекуляций и высоких рисков

Разумная политика управления совокупным спросом в основном направлена на сдерживание инфляции и пузырей активов. Технологические инновации являются самой большой движущей силой устойчивого экономического роста Китая, а пузыри активов представляют собой самый большой риск для устойчивого развития экономики Китая. Использование пузырей в качестве метафоры для экономики и активов подчеркивает нестабильность таких экономик и активов и их вред для экономического развития Китая.

Б. 垃圾债券: 指由信誉差评级低的公司发行, 利息高但赎回风险很大的债券。

Б. Мусорная облигация: Относится к облигациям, выпущенным компаниями с плохим кредитным рейтингом и высокими процентными ставками, но с высокими рисками погашения.

В. 作为一座以时尚和创新为基础的城市, 上海准备为其晚间娱乐活动增添更多喧嚣剧目。

В. Как город, основанный на моде и инновациях, Шанхай готов добавить более бурный репертуар к своим вечерним развлечениям.

В этом предложении исходным домением является контейнер, а целевым домением — город «Шанхай». Мы можем добавлять вещи в контейнер, а также город может быть наполнен жизненными силами и жизненными силами за счет людей, проводящих собственные развлекательные мероприятия. Эта метафора наполняет умы читателей образами суеты Шанхая.

Г. 石化公司通过一项科学技术扩大公司的商业业务。

Г. Нефтехимическая компания расширяет бизнес-операции компании с помощью научных технологий.

Расширение коммерческого бизнеса компании является относительно абстрактным понятием, которое нельзя понимать просто как увеличение производства продукции компании, а развитие и расши-

рение бизнеса компании рассматривать как осязаемую сущность. «Расширение бизнеса» мгновенно превратилось из абстрактного понятия в сущность с видимыми границами. В этом примере понятие «контейнер» сопоставляется с «развитием бизнеса компании», что помогает читателям понять развитие бизнеса компании.

Кроме того, в экономике проточная вода часто используется для обозначения постоянно меняющихся экономических вещей: оборотного капитала, движения капитала, плавающих обменных курсов и т. д.

### 3. ориентационные метафоры

Метафоры ориентации в основном связаны с пространственной ориентацией, например, вверх и вниз, вперед и назад и в глубину. Эти пространственные направления исходят из наших тел и той роли, которую они играют в физической среде.

В экономических новостях Китая метафора ориентации составляет относительно небольшую часть экономических новостей и в основном связана с развитием некоторых экономических тенденций (таких как увеличение или уменьшение чисел).

А. 过去几年, 中国人的夜间消费呈现出网购比例上升、文化消费需求上升、东部城市与西部内陆地区差距缩小、增长强劲等特点。

А. В последние несколько лет ночное потребление китайцев продемонстрировало характеристики увеличения доли онлайн-покупок, увеличения спроса на культурное потребление, сокращения разрыва между восточными городами и западными внутренними районами, и сильный рост.

В нем описывается ситуация с потреблением и характеристики растущего культурного потребительского спроса китайцев. Опишите увеличение спроса на культурное потребление как увеличение пространственного положения. Увеличение потребности в культурном потреблении можно представить как объект, поднимающийся вертикально с точки зрения пространственной концепции.

Б. 以今年春节假期为例, 艾媒咨询夜经济报告显示, 全民夜间消费3790亿元, 同比增长27.06%, 占全天消费的33.7%。

Б. Если взять в качестве примера Праздник Весны в этом году, отчет iiMedia Consulting о ночной экономике показывает,

что потребление в ночное время в стране составляет 379 млрд юаней, что на 27,06% больше, чем в прошлом году, что составляет 33,7% от потребления в течение всего дня.

«Увеличение» в этом отрывке относится к ежегодному увеличению общего ночного потребления людьми по сравнению с прошлым годом. Рост общего ночного потребления людей по сравнению с прошлым годом выражается в увеличении физического пространства, что облегчает читателям интуитивное понимание количественной тенденции развития ночного потребления, профессионального экономического показателя.

В.他说, 中国到 2060 年实现碳中和的雄心还要求将其制氢方法的碳强度从传统的“灰色”降低到低碳蓝色和绿色。

В. Стремление Китая достичь углеродной нейтральности к 2060 году также требует снижения углеродоемкости его методов производства водорода с традиционных «серых» до низкоуглеродных синих и зеленых, сказал он.

«Ниже» означает уменьшение положения объекта в физическом пространстве. Он описывает снижение содержания углерода в научном термине «метод производства водорода». Описывая пространственную метафору «уменьшения», читатели могут представить себе динамический процесс постепенного уменьшения содержания углерода, точно так же, как физический процесс физического отклонить.

Г.今年头两个月。实际利用外资上升24.2%，达到45.8亿美元，而同期合同利用外资飙升47.1%

Г. Фактическое использование иностранного капитала за первые два месяца текущего года увеличилось на 24,2% до 4,58 млрд долларов США, а договорное использование иностранного капитала увеличилось на 47,1% за тот же период.

«Парение» означает быстрый подъем положения объекта в физическом про-

странстве. Благодаря этому метафорическому описанию более наглядно можно описать быстрое увеличение стоимости использования иностранного капитала в тот же период, а также оно метафоризирует процветание экономического развития Китая.

По результатам статистического анализа вышеуказанного корпуса можно сделать следующие выводы:

(1) Концептуальные метафоры существуют в большом количестве в китайской экономике и стали инструментом для понимания людьми экономических событий. Богатая и разнообразная экспрессия полностью подтверждает, что метафора не только универсальна, но и систематична. Как способ мышления, концептуальная метафора стала для людей основным способом понимания мира.

(2) Китайские экономические метафоры также отображают незнакомые и абстрактные экономические явления и концепции через знакомые и конкретные вещи, чтобы достичь цели понимания последних. Его когнитивная основа также основана на повседневной социальной жизни человека и культурном опыте, полностью подтверждая важную роль человеческого опыта в деятельности и предоставляя корпусные доказательства эмпирических характеристик концептуальной метафоры. Чтобы хорошо строить и развивать современную экономическую систему Китая и сделать ее основой и опорой модернизации в китайском стиле, необходимо иметь ясное и четкое понимание основных требований современной экономической системы Китая и особенностей времени. Классификация метафор в китайской экономике поможет нам развить и укрепить метафорическое мышление и осознание, а также понять важную роль метафоры в понимании развития китайской экономической структуры.



## Библиографический список

1. Lakoff & Johnson. *Metaphors we live by*[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1980.

## Источники

柳超健,王玉莹.商务与经济话语中的隐喻研究:视角、维度和方法[J].语文学刊,2022,42(02):67-73.

刘雪莲.汉语经济语篇中的概念隐喻模式研究[J].河南科技大学学报(社会科学版),2013,31(03):80-83.DOI:10.15926/j.cnki.hkdsk.2013.03.010.

林轩.试论商务报刊语篇中经济隐喻的分类及功能特征[J].长春理工大学学报(社会科学版),2012,25(10):141-142+160.

陈菁.经济隐喻及财经报道文体的言语功能特征[J].湖南人文科技学院学报,2008(06):76-78.

李志刚.近五十年来的第二语言习得研究[J].语文学刊,2008(15):9-13.

张勇.第二届“一带一路”国际合作高峰论坛特别报道 重信笃行 绘就壮美工笔长卷[N].经济日报,2019-4-27(5).

王辉耀.有效推进区域和全球贸易投资自由化便利化[N].经济日报,2017-5-19(10)

徐艳静.经济新闻语篇中的概念隐喻研究[J].大众文艺,2022,(23):120-122.

张梦真.隐喻中的中国形象[D].浙江工商大学,2021.

Цзэбинь Чжун  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## ИННОВАЦИОННЫЙ КОММУНИКАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ В РОССИИ<sup>23</sup>

**Аннотация:** В этой статье в основном анализируется, как создать туристические достопримечательности в Чанша, Китай, и обсуждается, как приграничный коммуникационный маркетинг может помочь индустрии туризма с непрерывным развитием техники и информационных технологий, а также унаследовать культуру Алтайского пограничного региона для продвижения и регионального духа, предоставляя соответствующие контрмеры и предложения для коммуникационного маркетинга Алтайского пограничного региона. Коммуникационный маркетинг в качестве важного содержания опирается на имидж города, базовое городское строительство и городской маркетинг, формирование, распространение и продвижение которого играет важную роль в туристической привлекательности и экономической конкурентоспособности региона. Стратегия коммуникации и маркетинга приграничья в контексте эпохи новых медиа заключается в создании новых путей и средств для коммуникации и продвижения имиджа приграничья с помощью новых методов коммуникации и преодоления ограничений традиционной коммуникации.

**Ключевые слова:** приграничный коммуникационный маркетинг, новые медиа, имидж территории, туристическая индустрия, продвижение имиджа приграничья

Zebing Chzhong  
Altai State University  
Russia, Barnaul

### INNOVATIVE COMMUNICATION MARKETING ON THE EXAMPLE OF THE ALTAI TERRITORY IN RUSSIA

**Abstract.** Communication marketing as an important content is based on the image of the city, basic urban construction and urban marketing, the formation, distribution and promotion of which plays an important role in the tourist attractiveness and economic competitiveness of the region. The strategy of communication and marketing of the border region in the context of the era of new media is to create new ways and means for communication and promoting the image of the border region using new communication methods and overcoming the limitations of traditional communication.

This article mainly analyzes how to create tourist attractions in Changsha, China, and discusses how border communication marketing can help the tourism industry with the continuous development of tech-

---

<sup>23</sup> Научный руководитель - доктор филологических наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Наталья Васильевна Халина



nology and information technology, as well as inherit the culture of the Altai Border Region for promotion and regional spirit, providing appropriate countermeasures and suggestions for communication marketing of the Altai Border Region.

*Keywords:* cross-border communication marketing, new media, image of the territory, tourism industry, promotion of the image of the border region

## 1. Новые средства массовой информации коммуникационный маркетинг

Традиционные СМИ в основном базируются на газетах, радио, телевидении, наружной рекламе и т.д. С другой стороны, новые СМИ - это новый тип онлайн-СМИ, которые распространяются с помощью информационных технологий, с помощью онлайн-форумов, социальных сетей, онлайн-видео, прямых веб-трансляций и т.д. Это форма коммуникации, которая использует цифровые технологии и сетевые технологии для предоставления точной информации и развлекательных услуг пользователям через такие каналы, как Интернет и спутник, а также терминалы, такие как компьютеры и мобильные телефоны, с использованием анализа больших данных.

Новые медиа могут относиться как к использованию сетевых технологий, с помощью мобильных смарт-терминалов, для достижения каждый может участвовать в создании, распространении и совместном использовании результатов СМИ; также конкретно относится к полагаться на передачу сети в качестве носителя, мобильных смартфонов в качестве терминала, с аудиторией наиболее распространенных возникающих СМИ программного обеспечения в качестве представителя, может достичь своевременной, интерактивной, удобной и других основных функций новых медиа [2, D,7]. Новые медиа содержат очень богатый контент, эффективность коммуникации растет, а затраты на коммуникацию постепенно снижаются, принося много удобств в производственную жизнь людей.

Маркетинговые коммуникации новых медиа быстро обновляются, информативны, недороги, просты в поиске, мультимедийны и интерактивны, что может поглотить группы пользователей-фанатов, а также объединить индустрию новых медиа с реальной индустрией, чтобы увеличить видимость и экспозицию продуктов.

Гибкость, временные и пространственные ограничения также нарушены, в обновлении информации о продукте более гибкие, и могут взаимодействовать с потребителями в режиме реального времени, эффект от коммуникации и маркетинга более значительный. Интерактивность, самым выдающимся преимуществом новых медиа является их интерактивность, в процессе коммуникации и маркетинга, субъект и объект постепенно приближаются к нулевой дистанции контакта, могут достичь двустороннего взаимодействия. Гибкость, с непрерывным развитием новых медиа технологий, коммуникация и маркетинг не просто жесткое рекламное продвижение, которое заставит пользователей потерять интерес. Больше можно взять развлекательный характер коммуникационного маркетинга, драматический характер коммуникационного маркетинга и другие мягкие рекламные коммуникации. Жесткая реклама фокусируется на продвижении, в то время как мягкая реклама больше фокусируется на сопереживании. Проникновение, использование горячих тем для маркетинга, в сочетании с правилами платформы, с точностью до целевой группы пользователей, пан-целевые группы пользователей для коммуникационного маркетинга. Прогрессивно связанный коммуникационный маркетинг производит проникновение, так что точные целевые пользователи могут быть сформированы среди большинства потребителей.

В целом, маркетинг новых медиа относится к маркетинговой деятельности, осуществляемой в электронной, информативной и сетевой среде. Основываясь на современных теориях маркетинга, маркетинг новых медиа использует высокотехнологичные технологии и функции для максимального удовлетворения потребностей клиентов, тем самым развивая рынки и увеличивая прибыль [1, ], 55].

## 2. Как новые медиакоммуникации могут помочь развитию городов

В качестве примера возьмем Чанша, китайский город, ставший популярным в Интернете. Чанша является столицей провинции Хунань в Китае. Город может стать туристическим центром не потому, что в нем есть знаменитые реки и горы, или потому, что в нем есть исторические места, или из-за современных туристических объектов, таких как тематические парки. Чанша имеет вышеперечисленные элементы, но не имеет никаких преимуществ по сравнению с другими городами Китая. Это Чанша, в которой нет вышеперечисленных основных туристических достопримечательностей, но зачем приводить пример? В 2018 году под влиянием бурного роста платформ коротких видео, представленных китайской версией Tiktok в Китае, появилось большое количество Города китайских интернет-знаменитостей быстро растут. Тем не менее, другие города привлекают туристов культурными или природными ландшафтами, но когда вы нажимаете на Чанша, ярлыки полны «еды, напитков» и «экономики ночной жизни», которые представляют ориентированные на потребителя города интернет-знаменитостей.

1. Сильная поддержка со стороны правительственных ведомств

Правительство Чанша придает большое значение созданию имиджа и бренда города и активно содействует развитию индустрии культурного туризма, что закладывает важную основу для превращения Чанша в город Netflix. Городской комитет партии и городское правительство Чанша выпустили такие документы, как "Мнения о реализации мер по ускорению строительства международного культурно-творческого центра" и "Мнения о содействии комплексному и высококачественному развитию культуры и туризма", а также учредили специальный фонд в размере 100 млн юаней для культуры и туризма, чтобы к 2022 году достичь общего дохода от туризма в размере 131,687 млрд юаней и 120 млн туристических прибытий.

2. Создание популярных функций ИС

Будут созданы персонализированные объекты ИС, а также ряд городских поп-апов с едой, напитками и развлечениями, чтобы сделать образ ИС Чанша как "культурной и развлекательной столицы" глубо-

ко популярным. С точки зрения культуры - это Академия Юэлу, с точки зрения развлечений - Mango TV, с точки зрения еды - Wenhyou, с точки зрения напитков - Cha Yan Yuexie, а с точки зрения развлечений - Jiefang West Road.

Ресторанные хит-споты, с горячими городскими IP и маркетингом бренда, который внимательно следит за потребностями туристов, не только усиливают символы истории и культуры, но и местные ресторанные бренды Netflix в Чанша стали горячими городскими IP. Обновляя красоту традиции, переосмысливая и переупаковывая традиционную культуру и выражая ее на современном языке, захватывая сердца большого количества молодых людей.

Например, у входа в ресторан Netflix в Чанша можно насладиться ножными ваннами, массажем, окрашиванием волос и маникюром, пока вы стоите в очереди, очередь + ножные ванны и массаж = счастье, так что давайте попрощаемся с хлопотами очереди. Сначала вы можете использовать принцип "ешь, пей и играй" для создания горячей местной кухни и напитков, а затем использовать культурное наследие 3000-летней истории и свободное открытие супер-аттракционов для создания горячей Чанша IP "развлекательной культуры". Во время семидневного праздника китайского Нового года в 2023 году туристическая карта Netflix Changsha - туристическая зона горы Юэлу - приняла в общей сложности 823 000 посетителей.

Процесс ИС города - это процесс распространения местных культурных символов на промышленность. Жизнеспособность ИС города заключается не только в ее способности распространять свой собственный трафик, но и в ее способности реализовывать развитие города, принося популярность и потребительскую способность городу через культурный туризм и культурно-творческие индустрии[3,N,3].

3. Городской коммуникационный маркетинг

Чанша - чрезвычайно актуальный город: в настоящее время китайская версия ShakeYin набрала 43,78 миллиарда просмотров, а несколько тем, связанных с туризмом в Чанше, сразу попали в верхние строчки поисковых запросов, чего невозможно достичь без местного хита - телеканала Hunan TV, создавшего серию качест-

венных телешоу, таких как "Счастливейший лагерь" и "Я - певец", а также 4,85 миллиона подписчиков на YouTube которые принесли Чанша самое раннее национальное признание. Многочисленные хитовые фотографии и видеоролики, имидж города, одновременно модного, молодого и энергичного, достаточный для того, чтобы подхватить легкодоступный элемент жизни и легко генерировать тенденции, а также лозунг: всегда приезжай в Чанша. Это привлекает многих молодых людей приезжать, делать фотографии и делиться ими в различных социальных сетях, распространяясь быстро и с широким охватом. В настоящее время информационные технологии Интернета настолько развиты, что вы можете узнать много информации, посмотрев на свой мобильный телефон в любое время и в любом месте. С появлением все большего числа самостоятельных путешественников, которые также делятся своим реальным опытом путешествий, туристам становится легче планировать свои собственные маршруты и дважды распространять культуру и местные особенности Чанша.

### **3. Предложения по коммуникационному маркетингу в Горном Алтае**

1. Государственная политика: правительство Алтайского края может создать туристическую Мекку с местными алтайскими особенностями путем введения соответствующей политики по развитию культурного туризма в горах Алтая и специальных государственных грантов для туризма. В Алтайском крае России новые формы коммуникационного маркетинга стали важным средством продвижения для местных компаний и правительств. По мере роста местной экономики и глобализации традиционные бизнес-модели уже не в состоянии удовлетворить потребности местного рынка. В результате все больше и больше компаний используют новые формы коммуникационного маркетинга для расширения своей доли рынка и повышения узнаваемости бренда. При наличии достаточных средств, операционных технологий, местных ресурсов и маркетингового контента, все это необходимо для максимизации ценности нового медиа-маркетинга. Посредством продвижения с правительством Алтайского края, взаимодействия с массами и представления ландшафта и культуры Гор-

ного Алтая на платформах социальных сетей отразить местный образ. Повысить видимость и осведомленность о Горном Алтае. Сделать как местный алтайский народ, так и правительство для создания Горного Алтая с инновационными стилевыми особенностями.

2. Создать права интеллектуальной собственности города: В уникальной среде средств массовой информации новой эры, наряду с технологическим прогрессом, значение прав интеллектуальной собственности было еще более расширено. Оно способно достичь независимой коммуникации, привлечь внимание и трафик и получить коммерческую реализацию в общей среде. Маркетинг ИС играет важную роль в продвижении Горного Алтая. На базе Чанша можно создать эксклюзивную ПИС, принадлежащую Горному Алтаю. Существует множество различных видов интеллектуальной собственности, которая может быть зданием, ландшафтом, персонажем мультфильма и т.д., создавая тем самым фейерверк Горного Алтая. При наличии высококачественного контента может быть создан целый ряд расширенных ценностей, небольшой взрыв которых приведет к появлению периферийных продуктов и, таким образом, многогранных ПИС для устойчивого развития Горного Алтая.

3. Коммуникационный маркетинг: применение Интернета + маркетинг, который является основным новым медиа маркетингом. Содержит очень богатый контент, эффективность распространения постоянно повышается, а затраты на распространение постепенно снижаются, принося много удобств для производства и жизни людей. Горный Алтай может учиться у Чанша, может использовать различные новые медиа платформы для общения и маркетинга, который является новой формой СМИ, с формами, включая использование коротких видео, форумы, VK, Tiktok, Youtube и так далее, может быть достигнуто так, что Горный Алтай через новые средства массовой коммуникации, чтобы сделать его иметь широкую аудиторию, в сочетании с богатым природным ландшафтом Горного Алтая, использование Интернета распространения информации быстро с богатым природным ландшафтом Горного Алтая, быстрым распространением информации через Интернет и выдающимися характери-

стиками Горного Алтая, такими как природный кислородный бар и горнолыжный заповедник, были доведены до совершенства, чтобы сформировать целостную систему.

Веб-сайт Туристско-информационного центра Алтайского края содержит интересный и увлекательный рекламный контент для привлечения внимания местных потребителей. В качестве примера можно привести короткометражные фильмы, фотографии, документальные фильмы и т.д. С помощью рекламного отдела снимаются фильмы, пишутся сценарии и киносценарии для создания видео дифференциации, учимся показывать в видео что-то отличное от других, например, на рынке полно экспертов, делящихся знаниями о воспитании детей, поэтому мы создаем отцовство, что создаст некоторые различия в идентичности. Основная логика заключается в том, чтобы создать культуру различий, используя силу местных онлайн-сообществ, чтобы расширить их охват путем ретвитов, лайков и комментариев друг друга. Качественные создатели контента являются необходимым элементом для расщепляющегося распространения пользователей, а наложенного эффекта от нескольких качественных личностей достаточно для создания огромного распространения голоса [4],73].

### Заключение

### Библиографический список

1. Ma Zhiping. Исследование маркетинговой стратегии новых медиа [J]. Китайская коллективная экономика, 2014(16):55-56.  
马智萍.新媒体营销策略研究[J].中国集体经济,2014(16):55-56.
2. Sun Lin. Исследование использования новых медиа в преподавании гражданственности и политологии в колледжах и университетах [D]. Шэньянский нормальный университет, 2021.  
孙琳.高校思政课教学中新媒体运用研究[D].沈阳师范大学,2021.
3. Дэн Вэньян. "Net red" Changsha "super IP" refinement [N]. Dongguan Daily, 2021-11-16(A05).  
邓文燕. "网红"长沙"超级IP"炼成记[N]. 东莞日报,2021-11-16(A05).
4. Ляо Ред. Практика и размышления о коммуникации имиджа города с точки зрения интегрированной маркетинговой коммуникации [J]. Art Sea, 2023(03):72-74.  
廖赫.整合营销传播视角下城市形象传播实践与思考[J].艺海,2023(03):72-74.

В статье приводится популярный китайский город Чанша как пример маркетинга новых медиакоммуникаций с помощью государственной поддержки, создания супер интеллектуальной собственности и улавливания ветра эпохи новых медиа. По состоянию на январь 2022 года в России насчитывается 129,8 млн пользователей Интернета. 89% населения пользуется Интернетом. В среднем жители России проводят в интернете около 7 часов 50 минут в день, причем 46,7% этого времени тратится на мобильные устройства. Это подчеркивает потенциал новых медиа.

В целом, на данном этапе развития туристского информационного центра в Алтайском крае подъем новых медиа захвачен в процессе развития, через новые медиа для коммуникационного маркетинга, но для достижения инновационного прорыва в развитии, необходимо ухватить возможности развития новых медиа. В новых средствах массовой коммуникации, люди могут полностью понять гуманистические обычаи, красивые пейзажи и изображения пограничной зоны в режиме реального времени, так что они могут понять реальный пейзаж границы, не выходя из дома, и вдохновить людей на тоску по лучшей границе, и с помощью инновационных маркетинговых стратегий, чтобы лучше удовлетворить разнообразные потребности большинства туристов. Это поможет лучше уловить психологию потребительских нужд людей.

Цююй Ван  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## РОЛЬ КИТАЙСКИХ ЖУРНАЛИСТОВ ЗА РУБЕЖОМ В КОНТЕКСТЕ МЕДИАДИПЛОМАТИИ<sup>24</sup>

**Аннотация.** В массовой коммуникации «журналист», собиратель медиа-сообщений, отвечает за конструирование новостных фактов и наведение мостов с общественностью, Журналисты являются важным связующим звеном в укреплении взаимопонимания между странами. «Медиадипломатия» – это новая теория, родившаяся в результате объединения дисциплин, связанных с медиа и дипломатией. В глобальном сотрудничестве общественное мнение является важным стратегическим средством дипломатических взаимодействий, а средства массовой информации, как первый эшелон внешней коммуникации, обладают коммуникационными характеристиками, которые могут эффективно помогать странам распространять идеи и замыслы, и являются важным инструментом борьбы за право выступать на международном уровне

**Ключевые слова:** медиакоммуникации, медийная дипломатия, распространение новостей, журналисты

Wang Qiuy  
Altai State University  
Russia, Barnaul

THE ROLE OF CHINESE JOURNALISTS ABROAD IN THE CONTEXT OF MEDIA DIPLOMACY

**Abstract.** In mass communication, a "journalist", a collector of media messages, is responsible for constructing news facts and building bridges with the public. Journalists are an important link in strengthening mutual understanding between countries. "Media diplomacy" is a new theory that was born as a result of the unification of disciplines related to media and diplomacy. In global cooperation, public opinion is an important strategic means of diplomatic interactions, and the mass media, as the first echelon of external communication, have communication characteristics that can effectively help countries spread ideas and ideas, and are an important tool in the struggle for the right to speak at the international level

**Keywords:** media communications, media diplomacy, news dissemination, journalists

---

<sup>24</sup> Научный руководитель проекта - доктор филологических наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Наталья Васильевна Халина



С развитием глобализации и увеличением обменов между странами и народами роль СМИ в международной коммуникации становится все более очевидной. Согласно принципам коммуникации, сообщения достигают своей аудитории через СМИ и вызывают изменения в ее мыслях и поведении, и легко увидеть, что такие медиа-платформы, как газеты, радио и телевидение, оказали огромное влияние на международное общественное мнение с момента своего появления. С наступлением эры Интернета медиальные методы, внедренные новыми медиа, значительно повысили эффективность коммуникации и эффективно сократили время общения, сыграв чрезвычайно важную роль. В массовой коммуникации «журналист», собиратель медиа-сообщения, отвечает за конструирование новостных фактов и наведение мостов с общественностью. Среди них журналисты, размещенные за рубежом средствами массовой информации одной страны, еще более представительны. Они являются важным связующим звеном для укрепления взаимопонимания между странами. Важные зарубежные новости и идеи, которые они сообщают и собирают, привлекли внимание международного сообщества, заставляя международное сообщество постоянно развиваться от однополярного к многополярному. Поэтому журналисты-международники сами являются важными участниками деятельности медиадипломатии.

«Медиадипломатия» - это новая теория, родившаяся в результате объединения дисциплин, связанных с медиа и дипломатией, и ее междисциплинарное сотрудничество имеет сильное теоретическое напряжение и практическое пространство. В глобальном сотрудничестве общественное мнение является важным стратегическим средством дипломатических игр, а средства массовой информации, как первый эшелон внешней коммуникации, обладают коммуникационными характеристиками, которые могут эффективно помогать странам распространять идеи и замыслы, и являются важным инструментом борьбы за право выступать на международном уровне. Рождение новых медиа сделало изучение медиальной дипломатии актуальным. Журналисты используют свои медиа-идентичности

для осуществления определенной внешней коммуникационной деятельности и используют медиа-матрицу для воспроизведения "эффекта волшебной пули" в различных коммуникационных пространствах, чтобы эффективно конкурировать за право говорить в битве за общественное мнение. Она может играть сильную ведущую роль в других дипломатических областях и оказывать соответствующее влияние.

С быстрым развитием Китая китайские СМИ постепенно переместились в центр международной арены, большое количество журналистов размещаются по всему миру, фиксируя мир с китайской точки зрения и создавая сильный китайский голос. Эти китайские журналисты использовали свои действия для продвижения китайской культуры в странах, где они размещались, а также использовали свои объективы для записи и помощи многим развивающимся странам, чтобы их голос был услышан в мире.

Самая важная работа сотрудника СМИ - конструировать новостные факты, и в сегодняшней сложной и нестабильной ситуации в мире преимущества китайских журналистов за рубежом выходят на первый план. Например, в то время, когда западный мир постоянно раздувает "теорию китайской угрозы" в угоду собственным политическим интересам, китайские журналисты за рубежом используют реальную информацию, собранную в странах, где они работают, для освещения ситуации, развенчивая ложь западного мира и опровергая эту абсурдную теорию. Ученый "Эден Гильбоа" (Eden Gilboa) - один из первых исследователей, который четко предложил концепцию "медиальной дипломатии". Его трактовку медиа дипломатии можно резюмировать следующим образом: "использование государством средств массовой информации для передачи информации в конкретных ситуациях с целью укрепления доверия с населением целевой страны и, таким образом, продвижения национальных интересов"[1, с. 11]. Китайские журналисты за рубежом - первые люди в китайских СМИ, которые контактируют с народом и правительством страны, в которой они берут интервью, и интервью, которые они проводят, могут дать своевременное понимание китайских идей народу и правительству этой страны, а



также исправить недоразумения, вызванные культурными различиями и фальшивыми новостями. Это эффективный способ построить доверительные отношения с жителями целевой страны и восстановить имидж страны, помогая улучшить "мягкую силу" страны.

В условиях информационной глобализации медиадипломатия имеет сильный политический оттенок и обычно ориентирована на достижение политических целей. Как участники медиадипломатии, китайские журналисты за рубежом должны не только сообщать факты, но и защищать национальные интересы и достигать политических целей. На крупных дипломатических сценах китайские репортеры за рубежом являются самыми непосредственными участниками события. Посредством репортажей с места события они могут показать дипломатическую философию страны и политические цели. Китайские журналисты отражают атмосферу дипломатических мероприятий и близость дипломатических отношений, создавая форму, язык и настроение своих репортажей.

Китай всегда выступал за "мир во всем мире", но в сегодняшней ситуации в мире трудно достичь полной гармонии между различными субъектами. "Конфуции" (孔子), известный китайский просветитель и политик, считал, что "和而不同". Он имел в виду, что мы все гармонично уживаемся друг с другом, несмотря на наши различия, предоставление возможности высказывать различные мнения. Это также дает новую интерпретацию дипломатического подхода Китая. В области медиадипломатии китайские репортеры за рубежом хорошо продемонстрировали суть китайской дипломатии.

Во время войны в Сирии, например, сирийское правительство не имело международного голоса перед лицом санкции США и Запада, и китайские журналисты за рубежом не решили следовать молчанию американских и западных СМИ в этом контексте, а предоставили стране более полное интервью в СМИ и показали реальную сирийскую ситуацию внешнему миру.

Например, во время визита председателя Китай Си Цзиньпина в Россию в 2023 году Кан Хуэй (康辉), репортер Централь-

ного телевидения Китая, использовал свои новостные интервью, чтобы полностью задокументировать переговоры между двумя лидерами с момента приземления самолета и русская народная культура. Он в полной мере демонстрирует предпосылки китайско-российского сотрудничества, отражает близость китайско-российских отношений и подчеркивает дипломатическую философию диалога и обмена, сотрудничества и открытости, поиска точек соприкосновения при сохранении различий, за которую выступает Китай.

По-своему китайские журналисты за рубежом демонстрируют философию дипломатии Китая, эффективно конкурируя за право высказывать международное общественное мнение и влияя на мир в соответствии с национальными интересами и образом мышления.

В эпоху новых медиа китайские журналисты за рубежом также играют роль в медиадипломатии. Большое количество иностранных корреспондентов завели новые медиааккаунты, такие как tiktok, передавая голос и культуру Китая через "нулевую задержку" интернета и эффективно создавая новый международный имидж Китая в новую эпоху.

Международная ситуация непредсказуема, и страны сталкиваются с жесткой конкуренцией в различных областях. В этой форме китайские журналисты, находящиеся за рубежом, используют матрицу СМИ, чтобы голос Китая был услышан, используют преимущества своего присутствия за рубежом, чтобы показать аудитории резкие фактические контрасты внутри страны и за рубежом, опровергают недостоверную информацию в борьбе за международное общественное мнение и эффективно укрепляют "мягкую силу" страны. В международных новостях китайские журналисты за рубежом снова способны хорошо представить социальное развитие Китая и эффективно формировать международный имидж Китая. В своих внешних отношениях он также способен помочь заявить о себе большему числу стран со слабой общей мощью и заручиться международной поддержкой. В полной мере используя преимущества медиа-дипломатии, китайские журналисты за рубежом продемонстрировали коннотации, которых

нет в других формах дипломатии, и тем самым укрепили позиции общественного мнения [1, с. 47], предоставили больше каналов и возможностей для диалога с миром и внесли большой вклад в социальное развитие Китая.

#### Библиографический список

5. Ли Гуань. Китайская медиадипломатия в новом веке// Шаньдунский нормальный университет. – 2017. – № 11. 李观.新世纪的中国媒体外交[D].山东师范大学, 2017
6. Шито. Исследование характеристик субъектной и объектной ролей журналистов// Университет Чжэнчжоу. – 2011. – № 05. 石拓.记者主客体角色特性研究[D].郑州大学, 2011。
7. Чэнь Цзе. Китайская медиа-дипломатия для национальных стратегических нужд: Роли, функции и контексты// *Public Diplomacy Quarterly*. – 2020. – № 04. – С. 15-22+118. 陈杰.面向国家战略需要的中国媒体外交：角色、功能与情境[J].公共外交季刊2020(04)。

Анна Грачева, Диана Белинская, Екатерина Медведева  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ЭЛЕМЕНТ КРОСС-КУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ (по итогам подготовки круглого стола «АФРИКА-АЗИЯ-АЛТАЙ [А<sup>3</sup>]» в рамках Международного научного симпозиума «Terra scimus. Языковой менеджмент и коммуникационный маркетинг в формировании профессиональных компетенций PR и медиаспециалистов») <sup>25</sup>

**Аннотация.** В статье рассматривается подготовка проведения Круглого стола «АФРИКА-АЗИЯ-АЛТАЙ [А<sup>3</sup>]» в рамках Международного научного симпозиума «Terra scimus. Языковой менеджмент и коммуникационный маркетинг в формировании профессиональных компетенций PR и медиаспециалистов» с позиций кросс-культурного менеджмента и эффективности коммуникаций в кросс-культурном поле. В качестве структурных составляющих коммуникационного менеджмента исследуются коммуникативные тренинги интегративного плана, способствующие одновременно концептуальному и знаковому освоению культуры, с которой осуществляется контакт.

**Ключевые слова:** кросс-культурные коммуникации, коммуникационный менеджмент, афроазиатский мир, афроазиатские языки, Terra scimus, «АФРИКА-АЗИЯ-АЛТАЙ [А<sup>3</sup>]», GPR-менеджмент

Anna Gracheva, Diana Belinskaya, Ekaterina Medvedeva  
Altai State University  
Russia, Barnaul

COMMUNICATION MANAGEMENT AS AN ELEMENT OF CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS (based on the results of the preparation of the round table "AFRICA-ASIA-ALTAI [A3]" within the framework of the International Scientific Symposium "Terra scimus. Language management and communication marketing in the formation of professional competencies of PR and media specialists")

**Abstract.** The article discusses the preparation of the Round Table "AFRICA-ASIA-ALTAI [A3]" within the framework of the International Scientific Symposium "Terra scimus. Language management and communication marketing in the formation of professional competencies of PR and media specialists" from the standpoint of cross-cultural management and the effectiveness of communications in the cross-cultural field. As structural components of communication management, communicative trainings of an integrative plan are studied, which simultaneously con-

---

<sup>25</sup> Научный руководитель проекта - доктор филологических наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Наталья Васильевна Халина

tribute to the conceptual and symbolic development of the culture with which contact is made.

*Keywords:* cross-cultural communications, communication management, Afro-Asian world, Afro-Asian languages, Terra scimus, "AFRICA-ASIA-ALTAI [A3]", GPR management

Повышенная осведомленность в понимании взаимосвязей между культурными измерениями, культурными стандартами и чертами личности при исследовании кросс-культурной проблематики помогает личности управлять своим межкультурным поведением и поведением других людей [1]. Е.В. Кащтанова и др. отмечает, что глобальные менеджеры сталкиваются в условиях кросс-культурных коммуникаций со средой «более сложной, более динамичной, более неопределенной и более конкурентоспособной, чем когда-либо раньше» [1, с.124]. Задачи кросс-культурного менеджмента исследователи определяют следующим образом: 1) предупреждение потенциальных потерь при взаимодействии представителей различных культур; 2) становление и трансформация межкультурных компетенций менеджеров и сотрудников; 3) предвосхищение конфликтных ситуаций; 4) прогнозирование образа действий иностранных партнеров. Результат комбинирования различных культур, свойственный кросс-культурным коммуникациям, создает новый тип культуры «культурная синергия», «третья культура», «культурный гибрид», «межкультурные компетенции» и в конечном итоге рассматривается как культурный интеллект [2].

Как отмечает О.К.Максимова, при подготовке менеджеров в области кросс-культурного взаимодействия ориентируются на два подхода: 1) погружение в культурные особенности, традиции, социальные правила страны, с представителями которой предполагается коммуникация на основе интенсивного языкового менеджмента; 2) овладение общими навыками межкультурной коммуникации, на основе которых менеджер сможет адаптироваться к любой культуре [3]. В числе навыков, которые следует формировать у профессионального менеджера О.К. Максимова, выделяет: 1) умение брать ответственность за коммуникацию; 2) умение выслушивать до конца, не торопиться с суждениями; 3) умение проявлять уважение через жесты, зрительный

контакт и т.д., для чего необходимо изучить, как проявляется уважение в коммуникации в разных культурах; 4) способность к эмпатии; 5) умение контролировать чувство фрустрации в незнакомой и сложной ситуации; 6) умение быть пластичным (быть готовым изменить свои привычки, предпочтения, отношение). «Менеджеры, вовлеченные в международный бизнес, должны становиться более чувствительными к проблемам культурного и этнического ландшафта страны, в которой они работают» [4, с. 15].

Амирреза Никпур Голамреза выстраивает «цепь» этапов, через которые происходит взаимодействие между культурами: позиция элементарного эмоционального расположения к представителям другой национальности (психологический уровень), формирование доверительных предпочтений – устойчивое расположение (национальный уровень), постоянные отношения (организационный уровень) [5].

Эффективность коммуникаций, по утверждению А.В. Ломовцевой, А.С. Илюшиной, А.А. Малышевой, является одним из ключевых показателей в кросс-культурном менеджменте, поскольку напрямую связана с пониманием национальных и культурных особенностей стран и народов [6]. Эффективность осуществления в кросс-культурном поле межкультурных контактов оценивается критериями прозрачности (доступности), наличия обратной связи, адресности [7].

Объектом нашего рассмотрения является этап подготовки проведения круглого стола «АФРИКА-АЗИЯ-АЛТАЙ [A3]» в рамках Международного научного симпозиума «Terra scimus. Языковой менеджмент и коммуникационный маркетинг в формировании профессиональных компетенций PR и медиаспециалистов», который проводился лабораторией «Центр языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга» ИГН, кафедрой медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Ал-

тайского государственного университета при поддержке

Самаркандского государственного университета имени Ш. Рашидова (Самарканд, Республика Узбекистан), Представительства Россотрудничества в Республике Узбекистан, Национально-исследовательского университета «МЭИ» (Москва, Россия), ЦО Европейским и Восточным языкам (Барнаул, Россия), Japan Foundation (Токио, Япония).

В подготовке и проведении Круглого стола принимали участие студенты, выпускающиеся по кафедре МКТРисО<sup>26</sup>, и слушатели подготовительного отделения ИГН<sup>27</sup>. В данной работе большее внимание уделяется этапу подготовки мероприятия, в который входили два коммуникативных тренинга «Коммуникативный тренажёр изучающего русский язык как иностранный: использование русского языка в коммуникации с его носителем» и «Коммуникативно-тематическое расширение знания русского языка как иностранного: беседа с экспертом-носителем русского языка», а также встреча-дискуссия «Поговорим о русской литературе».

Круг вопросов-задач для коммуникативных тренингов определила Алена Васильевна Кинцель – руководитель подготовительного отделения ИГН Алтайского государственного университета, ведущий специалист по РКИ. Основой проведения первого тренинга стали следующие вопросы-задачи:

1. Что вы знали о России до приезда в Барнаул?

2. Назовите 3 вещи, которые вам понравились в России (в Барнауле, в университете).

<sup>26</sup> Анна Грачева, Диана Белинская, Екатерина Гуляева, Екатерина Медведева, Сергей Тютенков, Константин Щукин, Сюй Ин, Цю Юэ, Чжун Цзебинь.

<sup>27</sup> Али Сейк Шехем (Джибути); Аль-Джахади Асад Саид Халфан (Оман); Барре Закарийе Абдирахман (Сомали); Буерс Хелен Малусу (Кения); Вамбуи Брайсон Команде (Кения); Доссу Дебора (Бенин); Коба Коми Матиас Эликплим (Того); Мурат Гульмира (Монголия); Ндунги Ребекка Нтунья (Кения); Ньятцикати Тандолвезу (Эсватини); Раджоро Фредрик Омонди (Кения); Рустом Мустафа (Сирия); Хуссейн Моханад Адель Мубарак (Йемен).

3. Назовите 3 вещи, которые вам не понравились (в Барнауле, в университете).

4. Что дает образование человеку в вашей стране? Какое образование имеет большее значение?

5. Что вы планируете делать после окончания в университете в России?

Коммуникация студентов кафедры МКТРисО и слушателей подготовительного отделения (ПО) в рамках первого тренинга проходила по «переходной» модели: слушатели ПО занимали стационарные позиции, образовав микрогруппы по 2-3 человека, студенты кафедры МКТРисО, выступая в качестве специалистов по языковому менеджменту, осуществляли коммуникацию в группах в пропорции: 1 специалист по языковому менеджменту (ЯМ) – 2-3 изучающих РКИ. Речевое взаимодействие длилось от 5 до 10 минут, затем специалист по ЯМ переходил в другую группу.

Второй тренинг, нацеленный на расширение знания РКИ тематически заданных ситуациях, содержал в себе элементы изучения РКИ в специальных целях. Студенты кафедры МКТРисО выступали в роли экспертов по проблемам, предложенным для работы в режиме коммуникационного менеджмента А. В. Кинцель. В их задачи входило подготовить к обсуждению в мини-группах одной проблемы, спрогнозировать возможные варианты ее концептуального «ветвления» в зависимости от коммуникативной готовности мини-группы к обсуждению проблемы и лексического запаса по теме, имеющегося в распоряжении слушателя ПО. Каждая мини-группа слушателей ПО, которая организовывалась непосредственно в ходе занятия, должна была быть готова к обсуждению всех проблем, включенных в список.

В данной работе большее внимание мы уделяем проведению коммуникативного тренинга «Коммуникативный тренажёр изучающего русский язык как иностранный: использование русского языка в коммуникации с его носителем» и визуализации его этапов в формате Demo-event (фр. иллюстрация события). Структурно в коммуникативном тренинге выделяется четыре фазы-этапа: 1) *familiarité* (знакомство) (Demo-event 1.1. – Demo-event 1.3); 2) эмпатийный контакт (Demo-event 2.1. – Demo-event 2.2); 2) семантическая диффузия (Demo-event 3.1. – Demo-event 3.2); 3) интегрированное



комьюнити (Demo-event 4.1). Пространство коммуникации, напомним, строилось на основе речевого взаимодействия, касающегося построения высказываний и диалога, касающихся России, Барнаула, престижности образования и использования культурного капитала, который будет накоплен при получении образования.

В качестве презентации этапов коммуникативного тренинга мы избрали жанр Demo-event (иллюстрация события), сопоставимый жанру фотозаписи, который использует в презентативных целях в описании проведенного мероприятия Ли Сьюань [8], а также жанру фотонаратива в понимании Полухиной Е. В., Стрельниковой А. В., Ваньке А. В. [9]. Исследователи отмечают, что «собранные фотоданные являются незаменимой технологией для репрезента-

ции изучаемой реальности, фиксирования изучаемых явлений — материальной культуры, практик, идентичностей, среды обитания. Просмотр собранного фотонаратива является как стимулом для анализа и генерации идей, так и самостоятельным источником данных для анализа и представления

результатов в публичном поле (исследовательские выставки, презентации, фильмы, создание музея)» [9, с. 114].

Коммуникативные тренинга способствуют формированию коммуникативных компетенций, повышенные требования к которым предъявляются в связи с усложнением межличностных коммуникаций и возрастающей ролью межличностного общения [10].







Demo-event<sup>28</sup> . 1.1. Familiarité



<sup>28</sup> Фотографии сделаны Екатериной Медведевой, студенткой группы 893



Demo-event 1.2. Familiarité





Demo-event 1. 3. Familiarité





Demo-event 2.1. Эмпатийный контакт



Демо-event 2. 2. Эмпатийный контакт





Демо-event 3. 1. Семантическая диффузия





Демо-event 3.2. Семантическая диффузия



Демо-event 4. Интегрированное комьюнити

---

## Библиографический список

1. Каштанова Е.В., Ионцева М.В., Воронин В.Н., Носова Д.А. Кросс-культурный менеджмент в сложившейся культуре коммуникаций// Вестник славянских культур. 2022. Т. 64 – С. 121-133. <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2022-64-121-133> <https://cyberleninka.ru/article/n/kross-kulturnyy-menedzhment-v-slozhivsheysya-kulture-kommunikatsiy/pdf>. 22.04.2023
2. Nguyen N. T. B., Umemoto K., Medeni T. D. Towards a Theoretical Model of Cross-Cultural Knowledge Management // The International Journal of Knowledge, Culture and Change Management. 2017. Vol. 7, No 9. P. 33–40.
3. Максимова О.К. Развитие кросс-культурных коммуникативных компетенций менеджеров в условиях интенсивного роста глобализации экономики и бизнеса// [http://www.rusnauka.com/20\\_DNII\\_2012/Pedagogica/2\\_114456.doc.htm](http://www.rusnauka.com/20_DNII_2012/Pedagogica/2_114456.doc.htm) 22.04.2023.
4. Ван Юйвань. Кросс-культурный менеджмент: алтайский литературный бренд в пространстве китайской культуры (выпускная квалификационная работа магистра). Барнаул, 2020. 87 с.
5. Амирреза Никпур Голамреза. Кросс-культурная модель управления как фактор формирования эффективной системы управления персоналом// Инновации и инвестиции. № 11. 2020. – С.94-97. <https://cyberleninka.ru/article/n/kross-kulturnaya-model-upravleniya-kak-faktor-formirovaniya-effektivnoy-sistemy-upravleniya-personalom/pdf> 22.04.2023.
6. Ломовцева А. В., Илюшина А. С., Малышева А. А. Межкультурные коммуникации и кросс-культурный менеджмент в России// [Электронный научно-практический журнал «Экономика и менеджмент инновационных технологий»](https://ekonomika.snauka.ru/2016/10/12543) <https://ekonomika.snauka.ru/2016/10/12543>. 24.04.2023
7. Головлева Е. Л. Основы межкультурной коммуникации. М.: Феникс, 2014., 224 с.
8. Лю Сюнь. Культурные стратегии Китая, реализуемые в пространстве международного взаимодействия: выставка фоторабот Ивана Жданова «Моя удивительная Родина» в образовательном учреждении Китая// Terra Scimus: Сборник статей по итогам Транснациональной аналитической сессии «Алтай Медиа Форум: Алтайский медиабарометр» (7-8 апреля 2021, Барнаул) в рамках продолжения проведения «Перекрытых годов России и Киргизии» (7-8 апреля 2021, Барнаул). – Вып. III./ под ред. Н.В. Халиной – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2021. С.106-117.
9. Полухина Е. В., Стрельникова А. В., Ваньке А. В. «Визуальный дневник»: как фотоданные репрезентируют контекст полевого и следования // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2020. Т. 12. № 1. С. 96–117 .
10. Шабалина С.Д. Коммуникативный тренинг как форма интерактивного// обучения// Вестник Югорского государственного университета 2016. Выпуск 1 (40 ). С. 158– 161.



Екатерина Гуляева, Константин Щукин, Сергей Тютеньков  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ КРОСС-КУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ (по итогам подготовки и проведения круглого стола «АФРИКА-АЗИЯ-АЛТАЙ [A<sup>3</sup>]» в рамках Международного научного симпозиума «Terra scimus. Языковой менеджмент и коммуникационный маркетинг в формировании профессиональных компетенций PR и медиаспециалистов») <sup>29</sup>

**Аннотация.** В статье описывается проведение Круглого стола «АФРИКА-АЗИЯ-АЛТАЙ [A<sup>3</sup>]» в рамках Международного научного симпозиума «Terra scimus. Языковой менеджмент и коммуникационный маркетинг в формировании профессиональных компетенций PR и медиаспециалистов» с позиций event-менеджмента. Круглый стол признается одним из популярных «имиджевых» форматов проведения специальных мероприятий. Ивенты рассматриваются как способ моделирования кросс-культурных коммуникаций и как элемент репутационного менеджмента образовательного учреждения, в котором проходит обучение граждане иных государств. Структурный анализ ивента основывается на риторической модели речевого события М.В. Ломоносова и сегментной дифференциации события Элис Фрид. Выделяются структурные элементы ивента: инвенция-onset [A<sup>3</sup>] (коммуникативные тренинги, предшествующие Круглому столу), диспозиция-nucleus [A<sup>3</sup>] (собственно Круглый стол), элокуция-coda [A<sup>3</sup>] (русское чаепитие). Представлено визуальное сопровождение ивента – витражи [A<sup>3</sup>] <sup>30</sup>

**Ключевые слова:** кросс-культурные коммуникации, event-менеджмент, афроазиатский мир, афроазиатские языки, Terra scimus, «АФРИКА-АЗИЯ-АЛТАЙ [A<sup>3</sup>]», GPR-менеджмент

Ekaterina Gulyaeva, Konstantin Shchukin, Sergey Tyutenkov  
Altai State University  
Russia, Barnaul

EVENT MANAGEMENT IN THE SYSTEM OF CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS (based on the results of the preparation and holding of the round table "AFRICA-ASIA-ALTAI [A<sup>3</sup>] " within the framework of the International Scientific Symposium "Terra scimus. Language management and communication marketing in the formation of professional competencies of PR and media specialists")

**Abstract.** The article describes the Round table "AFRICA-ASIA-ALTAI [A<sup>3</sup>] " within the framework of the International Scientific Symposium

<sup>29</sup> Научный руководитель проекта - доктор филологических наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Наталья Васильевна Халина

<sup>30</sup> Витражом называют декоративную композицию из стекла или другого материала, который пропускает свет.

"Terra scimus. Language management and communication marketing in the formation of professional competencies of PR and media specialists" from the standpoint of event management. The round table is recognized as one of the popular "image" formats for special events. Events are considered as a way of modeling cross-cultural communications and as an element of reputational management of an educational institution in which citizens of other states study. The structural analysis of the event is based on the rhetorical model of the speech event by M.V. Lomonosov and the segmental differentiation of the event by Alice Fried. The structural elements of the event are highlighted: invention-onset [A<sup>3</sup>] (communicative trainings preceding the Round Table), disposition-nucleus [A<sup>3</sup>] (the actual Round Table), eloquence-coda [A<sup>3</sup>] (Russian tea party). The visual accompaniment of the event is presented – stained glass windows [A<sup>3</sup>].

*Keywords:* cross-cultural communications, event management, Afro-Asian world, Afro-Asian languages, Terra scimus, "AFRICA-ASIA-ALTAI [A<sup>3</sup>]", GPR management

Круглые столы – один из самых популярных «имиджевых» форматов проведения специальных мероприятий, поскольку круглый стол как ивент-формат представляет собой площадку для дискуссии фиксированной по количеству аудитории [1]. **Татьяна Михайличенко**, директор по развитию клуба бизнес-тренеров, характеризуя ивент-формат «круглый стол», подчеркивает, что *«это удобный формат для проведения дискуссий или обмена мнениями, который организуется для небольшого количества людей. Его цель – предоставить участникам возможность высказать свою точку зрения на обсуждаемую проблему, а в дальнейшем сформулировать либо общее мнение, либо чётко разграничить разные позиции сторон»* [1].

Управление ивентами играет важную роль в способности компании визуализировать события и следить за их успешным проведением [2]. Поскольку ивенты могут повлиять на общественное восприятие компании и ее бизнеса, компетентные ивент-менеджеры востребованы во всех отраслях общественного производства. Организация ивентов требует наличия целого ряда навыков и специальных знаний, а изучение того, как осуществляется организация ивентов, может помочь организациям направить на это надлежащие усилия и ресурсы.

Ивенты мы рассматриваем а) как способ моделирования кросс-культурных коммуникаций: б) как элемент репутационного менеджмента образовательного учреждения, в котором проходит обучение гражда-

не иных государств. Н. П. Зенченко при описании специфики кросс-культурного менеджмента делает акцент на процедурах и методах, которые а) приглушают отрицательное влияние межкультурных различий на решение управленческих задач; б) способствуют формированию межкультурной чувствительности, или эмпатической способности создавать культурно целостное решение проблем в международном менеджменте [3]. Ж. Дюметц А. М. Сосновская характеризуют кросс-культурный менеджмент, прежде всего, как процесс создание и применение технологий управления культурным разнообразием в условиях глобализации [4].

Управление ивентами рассматривается как междисциплинарная область деятельности, требующая эффективного сотрудничества между различными партнерами [ 5, 6]. Благодаря двум характеристикам – ограниченности по времени (четко определенные точки старта и финиша) и уникальности (часто разовая инициатива), как считает Амиита Шарма, ивенты носят проектный характер. Ивент-менеджмент, таким образом, включает координацию всех задач и видов деятельности, которые необходимы для проведения ивента [ 7]. К числу подобных видов деятельности О. Томас относит стратегию, планирование, реализацию и контроль, базирующиеся на принципах маркетинга ивентов и методах проектного менеджмента [5].

При разработке программного обеспечения 'Event Management System Software' было выявлено двенадцать сквозных про-

блем, существующих в системе ивент менеджмента (управления событиями) (см. рис. 1) [7]. Первым шагом в разработке программного обеспечения становится разработка схемы вариантов использования. Эта диаграмма объясняет требования с точки зрения пользователя. Система управления ивентами помогает менеджеру в решении различных задач по планированию, составлению расписания и проведению мероприятия. Кроме того, она обеспечивает мгновенный доступ к информации, связанной с событиями, с эффективным и эконо-

мичным использованием ресурсов. Система является расширяемой: новые функциональные возможности могут быть добавлены в систему всякий раз, когда это необходимо в связи с меняющимися требованиями. Полезность данной информации состоит в том, что вводит ивент в дискурс стейкхолдеров, определяя обязательным участников коммуникационного процесса и реализации их функций в ходе взаимодействия, что достаточно важно для оценки эффективности кросс-культурных процессов.

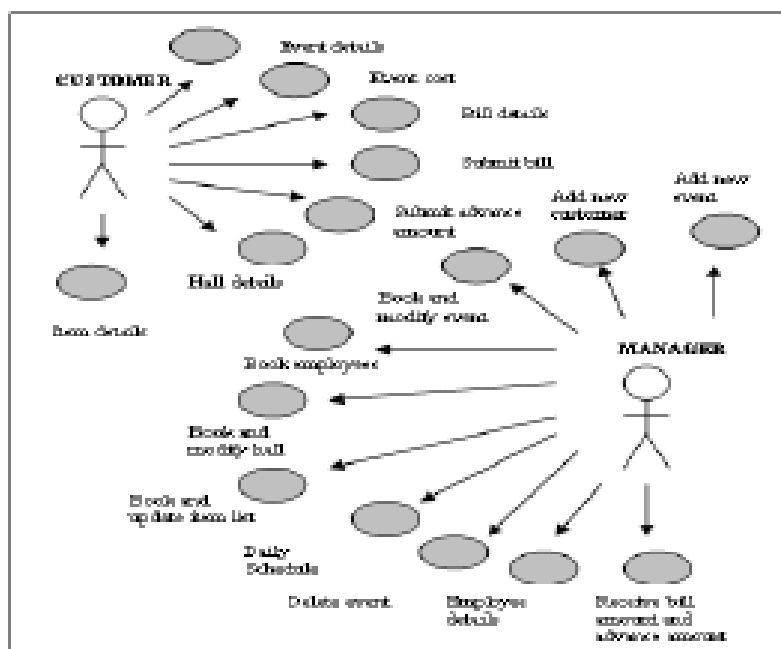


Рис. 1. Диаграмма 'Event Management System'

Планирование, организация и проведение мероприятия может быть очень сложным процессом, требующим от организаторов мероприятий контроля всех творческих, технических и логистических элементов. Ивент-менеджеры должны обладать определенными навыками: навыками планирования, организаторскими способностями, коммуникативными навыками, навыки межличностного общения, многозадачности, творческими навыками и умением решать проблемы, навыками ведения переговоров и технологическими навыками [2].

Отраслевой глоссарий терминов Accepted Practices Exchange (APEX, 2005) определяет ивент как организованное мероприятие, такое как встреча, конвенция, выставка, специальное мероприятие, гала-ужин и

т.д. Ивент часто состоит из нескольких различных, но взаимосвязанных функций [8], в случае проведения круглого стола «АФРИКА-АЗИЯ-АЛТАЙ [A<sup>3</sup>]», уместно говорить об ивенте-перформансе, драматургическая архитектура которого была выстроена через секвенцию трех структурных узлов: инвенция (лат. *inventio*), диспозиция (лат. *dispositio*), элокуция (лат. *elocutio*). М.В. Ломоносов в «Кратком руководстве к красноречию» выделяет «правила трех родов»: «Первые показывают, как изобретать «содержание», что о предложенной материи говорить должно – «инвенция», «изобретение»; другие учат, как изобретенное украшать – «элокуция», «выражение»; третьи наставляют, как оно располагать надлежит – «диспозиция», «расположение»: и по сему



разделяется риторика на три части, на избрание, украшение и расположение» [ 9, с. 7 ].

Объектом нашего рассмотрения является этап ивент-событие Круглый стол «АФРИКА-АЗИЯ-АЛТАЙ [А<sup>3</sup>]» в рамках Международного научного симпозиума «Terra scimus. Языковой менеджмент и коммуникационный маркетинг в формировании профессиональных компетенций PR и медиаспециалистов», который проводился лабораторией «Центр языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга» ИГН, кафедрой медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета при поддержке Самаркандского государственного университета имени Ш. Рашидова (Самарканд, Республика Узбекистан), Представительства Россотрудничества в Республике Узбекистан, Национально-исследовательского университета «МЭИ» (Москва, Россия), ЦО Европейским и Восточным языкам (Барнаул, Россия), Japan Foundation (Токио, Япония). В подготовке и реализации этого ивента принимали участие студенты, выпускающиеся по кафедре МКТРиСО<sup>31</sup>, и слушатели подготовительного отделения ИГН<sup>32</sup>.

Структурный анализ ивента основывается не только на риторической модели речевого события М.В. Ломоносова, для полноты представления семантического содержания привлекается концепция сегментной дифференциации события Элис Фрид.

Элементы, составляющие структуру события в терминологии А. Фрид, т: ONSET (темпоральный сегмент события, предшествующий его основной ядерной деятель-

<sup>31</sup> Анна Грачева, Диана Белинская, Екатерина Гуляева, Екатерина Медведева, Сергей Тютенков, Константин Щукин, Сюй Ин, Цю Юэ, Чжун Цзебинь.

<sup>32</sup> Али Сейк Шехем (Джибути); Аль-Джахади Асад Саид Халфан (Оман); Барре Закарийе Абдирахман (Сомали); Буерс Хелен Малусу (Кения); Вамбуи Брайсон Команде (Кения); Доссу Дебора (Бенин); Коба Коми Матиас Эликплим (Того); Мурат Гульмира (Монголия); Ндунги Ребекка Нтунья (Кения); Ньятцикати Тандолвезу (Эсватини); Раджоро Фредрик Омонди (Кения); Рустом Мустафа (Сирия); Хуссейн Моханад Адель Мубарак (Йемен).

ности, подготовительная стадия, необходимая, чтобы ядерная деятельность события совершилась), NUCLEUS (временной сегмент, когда действие в процессе безотносительно к своему началу, концу или длительности; т. е. период, когда происходит характерная, ядерная деятельность события; CODA (логическое завершение события). Относительно последнего Э.Фрид замечает, что многие события не имеют коды – отрицательного маркера завершенности – событие просто больше не происходит.

Таким образом, выделяются структурные элементы ивента: инвенция-onset [А<sup>3</sup>] (коммуникативные тренинги, предшествующие Круглому столу), диспозиция-nucleus [А<sup>3</sup>] (собственно Круглый стол), элокуция-coda [А<sup>3</sup>] (русское чаепитие). Представлено визуальное сопровождение ивента – витражи [А<sup>3</sup>] <sup>33</sup>.

Классический (наборный) витраж является одним из самых древних способов декорирования. Процесс его изготовления включает несколько этапов: изготовление эскиза, выкладывание узора из металлического профиля в соответствии с эскизом, вмонтирование в профиль вырезанных стеклянных деталей, художественная роспись витража [11]. Одной из самых популярных техник является техника Тиффани, которая в настоящее время обрела огромную популярность и востребованность за счет высоких эстетически-художественных качеств, а также необычайной реалистичности изображений и «живости» графики создаваемых образов.

В фотоиллюстративных витражах создается образ ивента в трех структурных измерениях: инвенция-onset [А3], диспозиция-nucleus [А3], элокуция-coda [А3]. Сьюзен Бак-Морис рассматривает образ как событие (image-event), создавая концепцию власти визуального образа, созвучную мозаичной панораме культуры постмодерна и открывающую перспективы анализа властных стратегий визуальной культуры.

<sup>33</sup> Витражом называют декоративную композицию из стекла или другого материала, который пропускает свет.



Витраж [А<sup>3</sup>] – 1. Коммуникативный тренинг Коммуникативный тренажёр изучающего русский язык как иностранный: использование русского языка в коммуникации с его носителем», предшествовавший Круглому столу. Инвенция-onset [А<sup>3</sup>].





Витраж [A<sup>3</sup>] – 2. Круглый стол «АФРИКА-АЗИЯ-АЛТАЙ [A<sup>3</sup>]». Диспозиция-nucleus [A<sup>3</sup>].



Витраж [A<sup>3</sup>] – 3. Русское чаепитие: застольные беседы. Элокуция-сода [A<sup>3</sup>].

### Библиографический список

1. Круглый стол как ивент-формат [Электронный ресурс] – URL: <https://www.c-culture.ru/go/12>. (Дата обращения: 24.04.2023).
2. Event Management: Definition, Key Aspects and Skills <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/what-is-event-management> 25.04.2023
3. Зенченко, Н. П. Управление кросс-культурными коллективами в организациях : дис. ... канд. экон. наук / Зенченко Н. П. – Москва, 2017. – 154 с.
4. Ж. Дюметц А. М. Сосновская Кросс-культурная коммуникация// УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ . N 8 . 2013 83-90
5. Thomas et al. (2008, a), Thomas (2008, b) Thomas, O. et al. (2008, a). Reference Model-Based Event Management, International Journal of Event Management Research, vol. 4, no. 1, pp. 38-57
6. Thomas, O. (2008, b), Reference Model Management, In Kelley, G. (Ed.), Selected Readings on Information Technology Management: Contemporary Issues, Hershey, New York, pp. 1-20
7. Sharma A., Sarangdevot S.S. Event Management System: Design and Implementation Using AOP Methodology in Eclipse-AJDT Environment// / International Journal of Engineering Science and Technology (IJEST) Vol. 3 No. 1 Jan 2011.- pp. 139-149.
8. Event Management <https://uou.ac.in/sites/default/files/slm/HM-402.pdf>
9. Ломоносов М. В. Краткое руководство к красноречию. 9-е изд. СГ16., 1810.
10. Freed A. F. The Semantics of English Aspectual Complementation. Dordrecht-Holland, Boston: Reidel Publish. Company. 1979.
11. Витражи: разнообразие видов, витражных техник и область их применения //. <https://www.remontbp.com/vitrazhi-raznoobrazie-vidov-vitrazhny-h-tehnik-i-oblast-ih-primeneniya/?ysclid=lh4bnvuq5s222879335> 01.05.2023.
12. Buck-Morss S. Visual Studies and Global Imagination. Papers of Surrealism. Issue 2. Summer, 2004.



Веселина Топалова  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## ПРИСУТСТВИЕ АФРИКАНСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ В ГЛОБАЛЬНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ. САЙТЫ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ<sup>34</sup>

**Аннотация.** Присутствие университетов Африки в глобальном информационном пространстве чаще всего заключается в наличии официальных сайтов ВУЗов. Исторические, политические и экономические факторы сыграли роль в неравномерном развитии стран континента, и таким образом Южноафриканская республика и другие определенные государства заняли ведущие места в разных областях, в том числе, в образовании. На основании мирового рейтинга ВУЗов, первое место занял Кейптаунский университет, чей сайт был и анализирован. После углубленного мониторинга выяснилось, что сайт обладает и вид, и качества на международном уровне. В дополнении, для полноценного исследования, был проведен и SWOT-анализ, который еще раз в лаконичном виде представил преимущества, недостатки, перспективы и угрозы для сайта университета. На базе этого исследования были сделаны соответствующие выводы.

**Ключевые слова:** Африка, ВУЗ, университет, сайт, интернет

Veselina S. Topalova  
Altai State University  
Russia, Barnaul

### THE PRESENCE OF AFRICAN UNIVERSITIES IN THE GLOBAL INFORMATION SPACE. WEBSITES OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS

*Abstract.* The presence of African universities in the global information space most often consists in the existence of official websites of the higher educational institutions. Historical, political and economic factors have played a role in the unequal development of the countries of the continent, and thus the Republic of South Africa and other certain States have taken leading places in various fields, including education. Based on the world ranking of higher educational institutions, the first place was taken by the University of Cape Town, whose website was analyzed. After profound monitoring, it turned out that the site has both appearance and quality at the international level. In addition, for a full-fledged study, a SWOT analysis was also conducted, which once again presented the advantages, disadvantages, prospects and threats to the university's website in a concise form. On the basis of this study, the appropriate conclusions were made.

**Key words:** Africa, Higher Educational Institution, university, site, the Internet

---

<sup>34</sup> Научный руководитель проекта - доктор филологических наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Наталья Васильевна Халина



## Введение

В 21-ом веке, информация и информационные технологии играют значительную роль во всех сферах жизни. Интернет развивается настолько быстро, что даже самый экономически нестабильный континент, Африка, становится частью глобальной сети. Тем не менее, он сильно отстает в развитии своих сетей и возникает информационное неравенство. С этим неравенством в основном активно борются высшие учебные заведения, которые показывают значительные позитивные результаты.

Сегодня, университеты стремятся привлечь не только свои местные студенты, но и иностранные выпускники. Таким образом, заведения обеспечивают себя высоким показателем имиджа и положительным образом в целом, а также активно развивают свою исследовательскую деятельность и поднимают образование на международном уровне. Доказано лучший способ привлечения и продвижения ВУЗов является их сайт. Он есть визитная карточка учреждения, поэтому его наличие и эффективную поддержку имеет немаловажное значение.

Некоторые страны Африки в основном по историческим причинам обладают лучшими информационными ресурсами и соответственно лучшие сайты ВУЗов и платформы для онлайн обучения. Такие, например, страны ЮАР, Нигерия, Египет, Кения.

## Обзор литературы

Предоставлять качественное образование и быть привлекательным учреждениям для студентов – длинный процесс развития, где принимаются комплексные меры и многолетняя работа в этом направлении. Еще в середине прошлого века некоторые африканские государства стали сильно отличаться по уровню образования и развития экономики от других. Такими являлись колонии Великобритании. «Британским правительством были сформированы несколько комиссий, которые должны были оценить потребность в высшем образовании в британских африканских колониях» [1]. Именно таким образом, эти страны обогнали свои соседи на континенте и на сегодняшний день их университеты входят в рейтингах ВУЗов и занимают высокие места в международных классификациях.

Однако, даже успешные образовательные учреждения сталкиваются с некоторыми проблемами связанными с подключением к всемирной сети. «Некоторые страны, с помощью от своих университетов предприняли заметные усилия по созданию доступных каналов связи с использованием информационных и коммуникационных технологий (ICT), что неизменно расширяет возможности подключения к интернету.» [2] Тем не менее, «подключение к интернету в Африке плохое, ненадежное, дефицитное и очень дорогое, там, где оно доступно, оно почти никогда не постоянное, и пользователям приходится сталкиваться с частыми перебоями в обслуживании на очень низкой скорости.» [2]

Несмотря на все сложности и факт, что «даже официальные сайты, которые должны поддерживать имидж страны на международной арене и быть ее «виртуальным лицом», имеются далеко не у каждого африканского государства» [3], университеты стараются максимально поддерживать свои интернет-ресурсы, сайты и работать над своим продвижением и развитием.

## Основная часть (методология, результаты)

На сегодняшний день, официальный сайт ВУЗа является основным каналом коммуникации, а также полноценный инструмент продвижения [4]. Для того, чтобы определить, где на мировом фоне находятся официальные сайты африканских университетов, был проведен мониторинг международных рейтингов и выявлены «ТОП-10» африканских образовательных учреждений. Ведущие университеты были объединены в таблице, где указаны название ВУЗа, страна, ранг в Африке и в мире. На 1 из них был проведен углубленный анализ. Исследование включает следующие пункты:

- Рассмотрение сайта – «первое впечатление»;
- Оценка структура сайта;
- Оценка дизайн сайта, удобство его восприятия;
- Оценка навигация на сайте;
- Оценка актуальность информации;
- Оценка показателей систем статистики.

Затем был проведен SWOT анализ, который выяснил преимущества и недостатки онлайн площадки, а также перспективы и угрозы ресурса.

Согласно информации о рейтинге от «Times Higher Education's World University Rankings data» [5], первое место в Африке, в 2023 году занимает Кейптаунский универ-

ситет. За ним стоят еще два южноафриканские ВУЗа – Стелленбосский и Витватерсрандский. Четвертое место занимает Гана с своим ВУЗом Кейп Коуст, а почетное пятое место завоевали 5 африканских образовательных учреждений из Египта, Алжира, Нигерии и Танзании.

Таблица № 1

#### Топ 10 университетов Африки (Times Higher Education's World University Rankings data)

Учебное заведение	Страна	Ранг в Африке	Ранг в мире
University of Cape Town	ЮАР	1	237
Stellenbosch University	ЮАР	2	304
University of the Witwatersrand	ЮАР	3	428
University of Cape Coast	Гана	4	351-400
Aswan University	Египет	5	401-500
Ferhat Abbas Sétif University 1	Алжир	6	401-500
University of Ibadan	Нигерия	7	401-500
University of KwaZulu-Natal	ЮАР	8	401-500
University of Lagos	Нигерия	9	401-500
Muhimbili University of Health and Allied Sciences	Танзания	10	401-500

Первое место среди всех высших учебных заведений занимает южноафриканский университет Кейп Тауна. Именно для его

сайт проводится глубокий анализ в данной работе, аналогичным образом можно провести мониторинг и других сайтов.

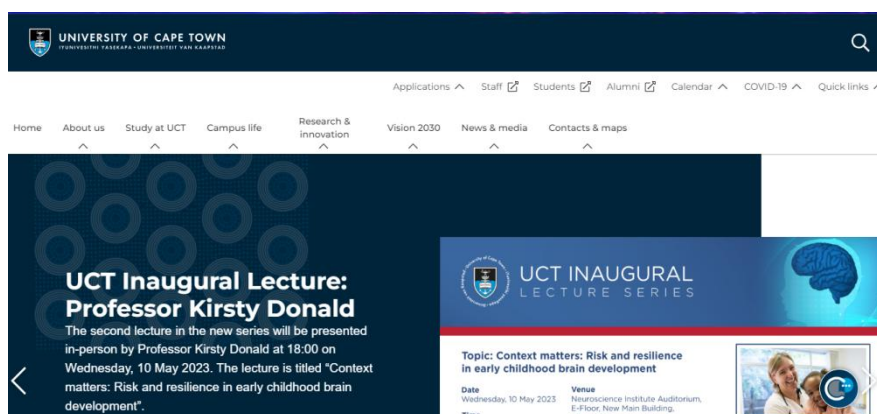


Рис 1. Лендинг сайта Кейптаунского университета

Первое впечатление от интернет-ресурса довольно хорошее. Подобраны приятные классические цвета, видно лого ВУЗа,

текст читабельный, язык – английский. Сайт имеет мобильная версия, которая выглядит даже лучше чем настольная.



Рис 2. Лендинг мобильной версии

Структура сайта характерная для такого рода ресурсов. В шапке в левом верхнем углу – логотип, название университета и слоган, дальше идет «двойное» меню. На первом ряде меню находятся объект, которые проводят потребителя на новой странице, а на нижнем ряде ссылки внутри сайта. Дальше идет информационные блоки с текстами, с фотографиями, с видео, а также имеются и ссылки на полную публикацию. Между анонсами помещаются горизонтальные сайдбары, которые отводят на других

новостей. Сайт университета содержит еще один важный элемент – футер (подвал). Там оказаны контакты, физический адрес, ссылки на важную информацию и ссылки на социальных сетях. Чат-бот в правом нижнем углу – является еще одним большим плюсом. В общем сайт обладает классической структурой и несложно в нем сориентироваться.

Дизайн сайта университета современный. Гамма цветов состоит из следующих нюансов: #042c51 (тёмно-синий), #f0f2f3

(серо-белый), #bf606a (розово-красный), #517f89 (серо-синий) и #1378c6 (голубой). Шрифт заголовок гротесковый – без засечек, а основной текст в стиле антиква – с засечками. В целом дизайн отвечает на основные требования современного проектирования.

Навигация сайта играет исключительно важную роль, от нее зависит уровень посещаемости и время проведено на сайте, что потом влияет на его популярность в поисковиках. Навигация на кейптаунском источнике неплохая – меню лаконичное, понятное, удобное для пользования. Выделены кнопки с более важными действиями, ссылки работающие. Однако, есть некоторые компоненты, которые отсутствуют, а они могли бы сделать сайт еще более практичным. Такие есть: зафиксированное меню (меню двигается вместе с пользователем по странице), индикаторы для определения местоположения или выделение активных пунктов меню, кнопка навигации для возвращения наверх. Отсутствие данных частей навигации не является сильно проблематичным, но с их добавлением сайт обес-

печить себе еще больше довольных пользователей.

Информация на сайте университета регулярно обновляется и данные актуальные. Это можно понять по заголовкам («Vision 2030» например) и по содержанием статей («Wednesday, 10 May, 2023» к примеру).

Благодаря сервису «similarweb.com» можно определить некоторые показатели статистики. Так, например, сумма всех посещений на настольных компьютерах и мобильных устройствах за последний месяц составляет 4,1 миллиона. Средний процент посетителей, которые просматривают только одну страницу, прежде чем покинуть веб-сайт – 33.07%. Среднее количество страниц за посещение – 7,27, а средняя продолжительность времени, проведенного на сайте 00:07:36. Таким образом сайт занимает 14,006 место в мире по рейтингу посещаемости сайта по сравнению со всеми другими сайтами в мире и 79 по рейтингу посещаемости в Республике Южной Африки.

SWOT-анализ данного ресурса рассматривает его преимущества и недостатки, а также выявляет его перспективы и угрозы в удобном формате – таблица.

Таблица № 2

#### SWOT-анализ сайта Кейптаунского университета

Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"> <li>- популярность среди подобных сайтов</li> <li>- хороший и приятный дизайн</li> <li>- чат бот для быстрого получения информации</li> <li>- актуальная информация</li> <li>- неплохой уровень посещаемости</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- отсутствия некоторые элементы для удобства в навигации</li> <li>- скорость загрузки</li> </ul>
Перспективы	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>- сайт станет еще лучше в отношении навигации</li> <li>- статистика посещаемости и время просмотра улучшаться</li> <li>- сайт будет наполняться регулярно актуальным контентом</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сайт не будет подстраиваться под трендами в информационной сфере</li> <li>- информация на странице не будет регулярно обновляться</li> <li>- сайт «постареет»</li> </ul>

#### Заключение

По результатам проведенного исследования можно сформулировать следующие выводы: несмотря на множество проблем с подключением к мировой сети, с поддержкой и ценой информационной технологий и в целом с интернетом, Африка имеет свои хорошие учебные заведения и их сайты, с которыми можно гордиться. Одним из этих

ресурсов является сайт Кейптаунского университета, который обладает современным облик, содержит актуальную информацию и является достаточно конкурентноспособным.

В общем можно сделать вывод, что анализированный сайт ВУЗа имеет все необходимые характеристики для положительной оценки.

### **Библиографический список**

1. Андо Х. Потерянная научная миссия» в африканских университетах // журнал Международное высшее образование Африка в фокусе, 2017. №91. С. 27-28.
2. Echezona R. I., Ugwuanyi C. F. African University Libraries and Internet Connectivity: Challenges and the Way Forward // e-journal Library Philosophy and Practice, 2010. – р. 3. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/266865591\\_African\\_University\\_Libraries\\_and\\_Internet\\_Connectivity\\_Challenges\\_and\\_the\\_Way\\_Forward](https://www.researchgate.net/publication/266865591_African_University_Libraries_and_Internet_Connectivity_Challenges_and_the_Way_Forward) (дата обращения: 24.04.2023)
3. Панцеров К.А. Развитие информационных технологий в странах тропической Африки: проблемы и перспективы // вестник Санкт-Петербургского университета, 2008. №2. С. 110-116.
4. Прохорова М. П. Продвижение образовательных услуг вуза на сайте вуза: проблемы и возможности / М. П. Прохорова, С. В. Булганина, Н. М. Григорян [и др.] // Московский экономический журнал, 2020. №1. С. 390-396.
5. Times Higher Education's World University Rankings data. – URL: <https://www.timeshighereducation.com/student/best-universities/best-universities-africa> (дата обращения: 25.04.2023)



Екатерина Вершинина  
Алтайский государственный университет  
Россия, Барнаул

## КРОСС-КУЛЬТУРНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ АФРОАЗИАТСКОГО И АЛТАЙСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА<sup>35</sup>

**Аннотация.** В статье дана характеристика зернового рынка в последние годы и на сегодняшний день. Представлена ситуация с экспортом зерна, участие России и Украины в зерновой сделке, охарактеризовано участие Алтайского края в производстве зерновой продукции

**Ключевые слова:** зерно, зерновая сделка, экспорт, пшеница, кросс-культурный маркетинг, Afroasia, Алтай, интеграция потребительских рынков

Ekaterina V. Vershinina  
Altai State University  
Russia, Barnaul

### CROSS-CULTURAL INTEGRATION OF THE AFRO-ASIAN AND ALTAI CONSUMER MARKET

**Abstract.** The article describes the grain market in recent years and today. The situation with grain exports, the participation of Russia and Ukraine in the grain transaction is presented, the participation of the Altai Territory in the production of grain products is characterized

**Keywords:** grain, grain transaction, export, wheat, cross-cultural marketing, Afroasia, Altai, integration of consumer markets

---

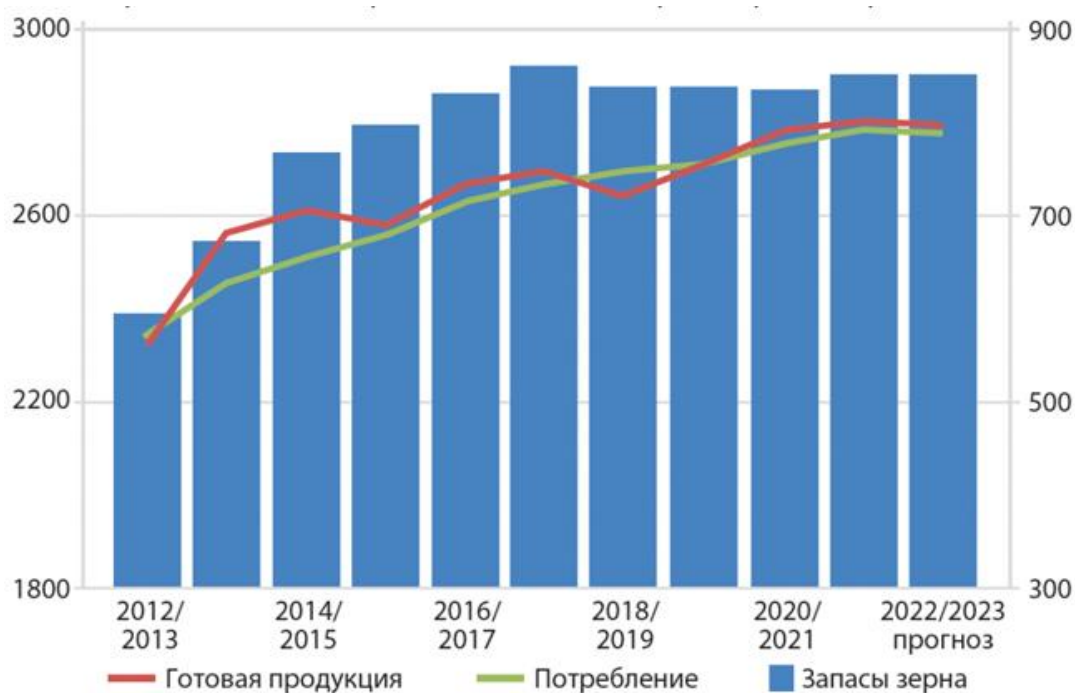
<sup>35</sup> Научный руководитель - доктор филологических наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Наталья Васильевна Халина

Зерновой рынок – это один из главных и прибыльных рынков в мире. Производство зерна – основа всего сельскохозяйственного производства.

Исходя из первоначальных прогнозов ФАО (продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН) по мировому производству зерновых в 2022 году и их ис-

пользованию в 2022/2023 году, запасы зерна сократятся на 0,4% относительно начального уровня, то есть до 847 млн т. [1].

Потребление зерновых в мире в сезоне 2022–2023 годов планируется на уровне 2779 млн тонн, что на 1,0 млн тонн меньше (снижение на 0,7 процента) по сравнению с уровнем сезона 2021–2022 годов [2].



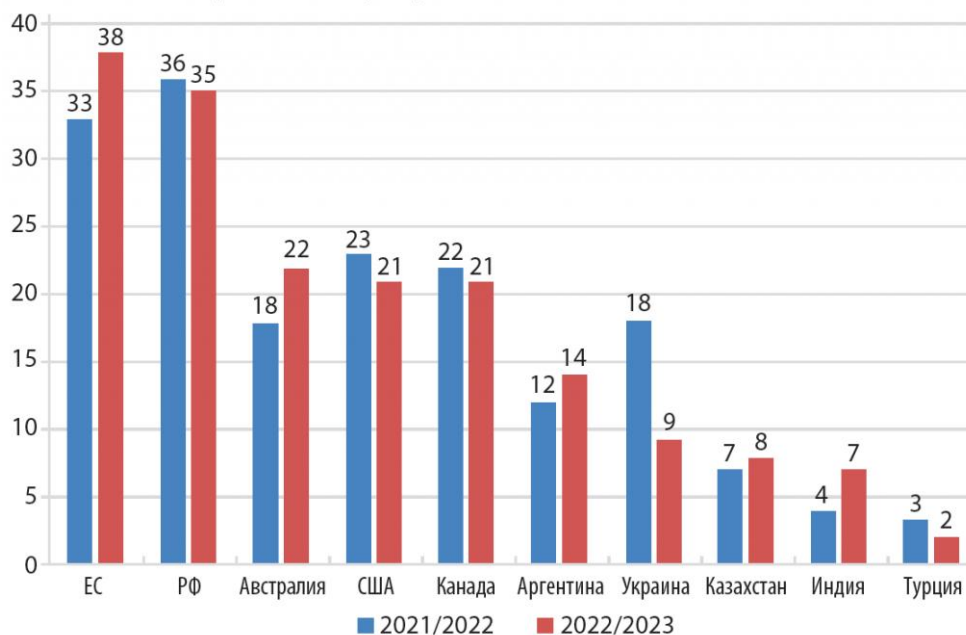
Источник: ФАО, 2022

Рис. 1. Производство, потребление и запасы мирового рынка зерновых, млн тонн

Ситуация в Украине значительно повлияла на перспективы производства пшеницы в стране. Сбои в сельскохозяйственных операциях, резкое сокращение уборочных площадей и урожайности приводят к уменьшению сборов. Также в 2023 году добавится угроза резкого потепления. В 2022 году во многих странах и так держалась самая высокая температура. В этом году все может усугубиться ещё больше из-за аномального повышения температуры на поверхности океана, которое влечет измене-

ния в атмосфере. Прогнозируется, что Азию ждет засуха, а Южную Америку - обильные осадки. Потепление климата в России особенно характерно для Центральной и Западной Сибири, Зауралья, на Дальнем Востоке. Изменение в климате значительно влияет на сбор урожая [3].

Россия, безусловно, является крупнейшим в мире экспортером пшеницы, поставляя зерно покупателям на «Глобальном Юге», таким как Египет, Бангладеш и Саудовская Аравия.



Источник: «Агроэкспорт»

Рис.2. Топ – 10 мировых экспортеров пшеницы, млн тонн

Квота на экспорт зерна из России в 2023 году может составить 25,5 млн тонн, из них 0,5 млн тонн с Дальнего Востока. Об этом сообщил министр сельского хозяйства РФ Дмитрий Патрушев [4].

22 июля 2022 года была заключена Зерновая сделка. Документ подписали четыре стороны, Россия, Украина, Турция и ООН. Сделка состоит из двух частей. Часть, посвященная экспорту зерновых с Украины, заключили на 120 дней, а в ноябре 2022 года продлили еще на 120 дней. Она предусматривает создание морских коридоров для вывоза зерна из трех украинских портов — Одессы, Черноморска и Южного. Вторая часть сделки заключена на три года — до июля 2025 года. Она подразумевает содействие в экспорте российской сельхозпродукции и удобрений на мировые рынки.

РФ в июле-ноябре 2022 года поставила в Африку 6,1 млн тонн зерна, в том числе 5,7 млн тонн пшеницы. Об этом сообщили "Интерфаксу" в Ассоциации экономического сотрудничества со странами Африки (АЭССА). В прошлом сельхозсезоне (июль 2021-июнь 2022 гг.) российский экспорт на Африканский континент составил 10,9 млн тонн зерна, из которых 10,2 млн тонн пшеницы. Наиболее крупными покупателями были Египет, Судан и Алжир. По данным ассоциации, общая потребность стран Африки в зерне в этом сельхозсезоне оценивается в 100 млн тонн [5].

Президент, Владимир Путин, на Международной парламентской конференции «Россия — Африка в многополярном мире» заявил, что Россия готова поставить зерно в нуждающиеся страны Африки бесплатно, если решит не продлевать «зерновую сделку» [6].

Большой экспорт идет и с Украины. По данным ООН, к началу марта 2023 года из украинских портов отправилось около 780 судов, которые вывезли около 23 млн тонн зерна. Половину зерновых грузов составляла кукуруза (49%), а 27% — пшеница. Из них 60% объемов, согласно статистике ООН, получили пять стран: Китай (4,8 млн т), Испания (3,9 млн т), Турция (2,6 млн т), Италия (1,7 млн т) и Нидерланды (1,4 млн т). В разрезе регионов картина поставок выглядит следующим образом: 52,6% зерна поступило в Европу и Центральную Азию, 24,8% — в Азиатско-Тихоокеанский регион, 14,3% — на Ближний Восток и в Северную Америку, а 2,6% — в государства, расположенные к югу от Сахары [3].

Если говорить отдельно о пшенице, в мае 2022 года Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО) называла страны, которые в наибольшей степени зависят от поставок этой сельхозкультуры с Украины. Самая большая зависимость была у Ливана, Джибути и Сомали, которые закупали 50–60% всей импортируемой пшеницы именно у Украины. Стра-

ны Африки, Азии и Латинской Америки находятся в дефиците зерна и муки. В числе стран со значительной долей украинской пшеницы в импорте были Эритрея, Мавритания, Ливия, Пакистан (около 40–45% поставок), а также Тунис и Египет (30–35%) [3].

Мировое производство пшеницы в текущем сезоне 2022/23, согласно февральскому прогнозу Минсельхоза США, составит 783,8 млн тонн — из них производство на Украине 21 млн тонн, в России — 92 млн тонн [3].

В России большую часть в производстве зерна занимает Алтайский край. Он мучается от переизбытка зерна. Как говорят, если скудный урожай - это беда, то большой урожай - большая беда. Ведь из-за переизбытка зерна цены на внутреннем рынке резко падают, порой ниже себестоимости. Предложение на рынке зерновых культур в крае значительно превышает спрос, как и в целом по стране. В 2021 году, когда в регионе собрали 5,7 миллиона тонн, падения удалось избежать из-за неурожая в некоторых регионах страны и высокого спроса на российское зерно в соседнем Казахстане. Но в 2022-м рекордный урожай все-таки обрушил цены. Переизбыток зерна привел к па-

дению цен, которые к середине ноября были ниже прошлогодних на 4-4,5 тысячи рублей за тонну продовольственной пшеницы. А это чуть выше себестоимости. Стабилизировать ценовую ситуацию может активный вывоз сельхозпродукции за пределы региона, в том числе и на экспорт [6].

С учетом переходящих объемов 2021 года и нынешнего урожая общие запасы зерна в регионе оцениваются примерно в 7,4 миллиона тонн [6].

В заключение хочется отметить, что кросс-культурная коммуникация между Африкой и Алтайским краем играет важную роль в зерновом экспорте России. Так, активную экспортную деятельность осуществляет Табунский элеватор. Продукция под ТМ «Грана» зарекомендовала себя во многих регионах России и за рубежом. Компания поставляет зерновую продукцию не только в страны ближнего зарубежья, но и в Африку. В период с 31 января по 7 февраля 2022 года в Центральноафриканскую Республику из Алтайского края было отправлено более 25 контейнеров с зерном. Общий вес груза составил около 540 тонн. Алтайский край планирует продолжать поддерживать, укреплять отношения с Африкой.

## Web-источники

1. Мировые ожидания — обзор рынков зерновых культур [Электронный ресурс] – URL: <https://www.agbz.ru/articles/obzor-rynkov-zernovykh-kultur/>
2. Положение с продовольствием в мире [Электронный ресурс] – URL: <https://www.fao.org/worldfoodsituation/csdb/ru/>
3. Урожай зерна в мире снизится в 2023 году из-за потепления [Электронный ресурс] – URL: <https://rg.ru/2023/01/31/dast-zharu.html>
4. Квота на экспорт зерна из России в 2023 году может составить 25,5 млн тонн [Электронный ресурс] – URL: <https://tass.ru/ekonomika/16096331>
5. РФ в июле-ноябре 2022 года поставила в Африку 6,1 млн т зерна [Электронный ресурс] – URL: <https://www.interfax.ru/russia/881083>
6. Путин: РФ поставит бесплатно Африке зерно, если не продлит зерновую сделку через 60 дней [Электронный ресурс] – URL: <https://tass.ru/ekonomika/17317647>
7. К каким результатам привела зерновая сделка. Что важно знать [Электронный ресурс] – URL: <https://www.rbc.ru/business/06/03/2023/6401c5259a7947cb9e051dad>

### Сведения об авторах

*Абуова Айгуль Биляловна*, магистр русского языка и литературы, преподаватель кафедры русского и литературы Павлодарского педагогического университета имени Алькея Маргулана, Павлодар, Казахстан

*Авдеева Татьяна Юрьевна*, кандидат филологических наук, Директор Центр Обучения восточных и европейских языков "Элит", преподаватель иностранных языков, Барнаул, Россия

*Ачилова Диана Одилжоновна*, студент 4 курса Самаркандского государственного университета имени Шарофа Рашидова, Самарканд, Узбекистан

*Белинская Диана Константиновна*, студент 4 курса Института гуманитарных наук Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Боржиков Темирлан*, преподаватель кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связи с общественностью Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Быкова Стелла Артемьевна*, заведующий кафедрой японской филологии Института стран Азии и Африки Московского государственного университета имени Михаила Васильевича Ломоносова, кавалер Ордена Восходящего солнца III степени, Москва, Россия

*Вазира Раджабовна Абдусаломова*, магистрант 2 курса Самаркандского государственного университета имени Шарофа Рашидова, Самарканд, Узбекистан

*Ван Ифань*, учитель русского языка, Тайюаньская школа иностранных языков, Китай

*Ван Цююй*, магистрант 2 курса Института гуманитарных наук Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Вершинина Екатерина Андреевна*, студент 4 курса Института гуманитарных наук Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Гечану Марина Анатольевна*, магистрант 1 курса Института международного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета, Волгоград, Россия

*Го Ифань*, студентка 4 курса Института международного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета, Волгоград, Рос-

сия

*Го Цзюаньцзюань*, аспирант Тамбовского государственного университета имени Г.Р. Державина, Тамбов, Россия

*Грачева Анна Викторовна*, студент 4 курса Института гуманитарных наук, Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Гуляева Екатерина Андреевна*, студент 4 курса Института гуманитарных наук, Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Джумаева Зарнигор Салом кизи*, магистрант 2 курса Самаркандского государственного университета имени Шарофа Рашидова, Самарканд, Узбекистан

*Ельченинова Ольга Александровна*, ассистент кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связи с общественностью Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Жайлаубаева Гульзира Кабденовна*, магистр филологических наук, учитель русского языка и литературы Коммунальное государственное учреждение «Школа-лицей №3 имени Шокана Уалиханова» отдела образования по городу Усть-Каменогорску УО ВКО, Усть-Каменогорск, Казахстан

*Злобина Юлия Игоревна*, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка как иностранного Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Ильясова Анжелика Сергеевна*, студент Алтайского государственного гуманитарно-педагогического университета имени В. М. Шукшина, Бийск, Россия

*Имран Хуссейн*, студент Университета Викрама Удджайн, штат Мадхья Прадеш, Индия

*Ким Джихван*, студент 4 курса Института международного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета, Волгоград, Россия

*Кинцель Алена Васильевна*, кандидат филологических наук, доцент, начальник подготовительного отделения по РКИ Института гуманитарных наук Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Климова Татьяна Андреевна*, старший преподаватель, Лингвистический институт,



Алтайский государственный педагогический университет, Барнаул, Россия

*Ковалева Алла Владимировна*, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Крохина Аделина Валерьевна*, магистрант 1 курса Института гуманитарных наук Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Лещинский Томаш*, студент Университета кардинала Стефана Вышиньского в Варшаве, Варшава, Польша

*Ли Чжэн*, аспирант Института гуманитарных наук Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Ли Юйчжэнь*, студентка 2 курса Института международного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета, Волгоград, Россия

*Лукашевич Елена Васильевна*, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой теории и практики журналистики Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Маматова Якутхон Мухамаджоновна*, доктор филологических наук, профессор кафедры «Аудиовизуальной и интернет-журналистики» Национального университета Узбекистана имени Мирзо Улугбека, Ташкент, Узбекистан

*Медведева Екатерина Григорьевна*, студент 4 курса Института гуманитарных наук, Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Мирзаева Шахло Ризаевна*, старший преподаватель кафедры русского языка Самаркандского государственного университета имени Шарофа Рашидова, Самарканд, Узбекистан

*Москаленко Максим Русланович*, кандидат исторических наук, доцент Удмуртского государственного университета, филиал в г. Нижняя Тура, Нижняя Тура, Россия

*Остапенко Анастасия Дмитриевна*, магистрант 1 курса Института международного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета, Волгоград, Россия

*Пивкина Надежда Николаевна*, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Национального ис-

следовательского университета «МЭИ», Москва, Россия

*Сорокина Мария Олеговна*, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка как иностранного Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Сюй Ин*, магистрантка 2 курса Института гуманитарных наук, Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Темиргазина Зифа Какбаевна*, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и литературы Павлодарского педагогического университета имени Алькея Маргулана, Павлодар, Казахстан

*Ткебучава Ирина Георгиевна*, доцент кафедры русского языка Самаркандского государственного университета имени Шарофа Рашидова, Самарканд, Узбекистан

*Топалова Веселина Стояновна*, студент 4 курса Института гуманитарных наук, Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Тошмуротова Гулрухсор Зафар кизи*, магистрант 2 курса Самаркандского государственного университета имени Шарофа Рашидова, Самарканд, Узбекистан

*Турсунова Шахноза Наркуловна*, магистрант Узбекского государственного университета мировых языков, Ташкент, Узбекистан

*Тютеньков Сергей Сергеевич*, студент 4 курса Института гуманитарных наук, Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Усманова Салиха Юлдашевна*, доцент кафедры русского языка Самаркандского государственного университета имени Шарофа Рашидова, Самарканд, Узбекистан

*Халина Наталья Васильевна*, доктор филологических наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Хегай Валентина Михайловна*, кандидат филологических наук, доцент Узбекского государственного университета мировых языков, Ташкент, Узбекистан

*Хэ Ицун*, магистрантка 1 курса Института гуманитарных наук, Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Цзань Сыминь*, студентка 4 курса Института международного образования Вол-

гоградского государственного социально-педагогического университета, Волгоград, Россия

*Цю Юэ*, магистрантка 2 курса Института гуманитарных наук, Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Чжун Цзэбинь*, магистрант 2 курса Института гуманитарных наук, Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Шелкова Светлана Валерьевна*, кандидат филологических наук, доцент Краснодарского государственного университета Краснодар, Россия

*Щукин Константин Андреевич*, студент 4 курса Института гуманитарных наук, Ал-

тайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Шукурова Шахризода Махмудовна*, студент 3 курса Самаркандского государственного университета имени Шарофа Рашидова, Самарканд, Узбекистан

*Явинская Юлия Вадимовна*, кандидат филологических наук, доцент кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета, Барнаул, Россия

*Яо Синьчао*, студент 3 курса Института международного образования Волгоградского государственного социально-педагогического университета, Волгоград, Россия.

Научный журнал

Terra Scimus  
Выпуск X

Материалы Международного научного симпозиума «Terra scimus. Языковой менеджмент и коммуникационный маркетинг в формировании профессиональных компетенций PR и медиаспециалистов», проведенного при поддержке Россотрудничества и Самаркандского государственного университета им. Шарофа Рашидова

Под ред. Н.В. Халиной

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

Адрес редакции издателя:

656049, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Димитрова, д. 66

Подписано в печать 08.06.2023 г.

Дата выхода издания в свет 16.06.2023 г.

Формат 60x84 1/8. Усл.-печ. л. 25,11.

Гарнитуры: Cambria, Segoe UI.

Бумага офсетная. Печать цифровая.

Тираж 100 экз. Заказ 393.

Отпечатано в типографии Алтайского государственного университета:  
656049, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Димитрова, 66