

базах. Для большинства людей школа ассоциируется с местом, где нужно учиться, а не отдыхать, а вахта – с местом, где нужно работать долгое время, а после такой работы люди только испытывают усталость.

Также был проведен эксперимент в китайской аудитории. Мы выбрали 40 названий туристических баз в Китае, которые, на наш взгляд, имеют свои особенности и представляют ценность. Респондентам также предъявлялись названия современных туристских баз, которые предлагалось оценить по 5-балльной шкале по следующим критериям: соответствие названию, удобство произношения, благозвучность и креативность названия.

Проанализировав названия туристских баз в аспекте восприятия носителей китайского языка, мы пришли к следующим выводам. Успешными являются названия, в которых упоминаются анимированные персонажи, обычно они имеют высокий балл согласно данным ассоциативного эксперимента («畅听山语» «Слушайте! Гора говорит»). Кроме этого китайские респонденты отметили среди успешных названия, обозначающие тихие и спокойные места в горах или за городом, люди предпочитают названия с горными символами.

К неудачным наименованиям отнесем те, значения которых неясны, часто в таких названиях используются заимствованные слова, представляющие факты другой, иноязычной культуры. Понятия, факты, выраженные заимствованными словами, весьма часто не соответствуют сложившимся стереотипам людей.

Анализируя названия туристских баз в русском и китайском языках, мы заметили, что эти имена собственные отражают некоторые особенности, связанные с проявлением фактов культуры России и Китая. Полагаем, что в дальнейшем следует рассмотреть эти характеристики.

---

1. Крюкова И.В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности: монография. – Волгоград, Перемена, 2004. – 286 с.

2. Ухова Л.В., Марычева Д.Н. Рекламное имя как средство коммуникации с потребителем // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – № 3. – Т. 1. – С. 119 – 123.

**Рубрика: Русский язык**

УДК 81-25

## **ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ БЛОГА ПРЕДСТАВИТЕЛЯ ВЛАСТИ В СЕТИ INSTAGRAM**

**Гэн Пэйцзе**

бакалавр

**П.М. Тюрин**

канд. филол. наук, доцент кафедры русского языка

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток, Россия*

*В статье рассматриваются жанровые особенности интернет-блога на примере личных блогов губернатора Приморского края Олега Кожемяко и первого вице-губернатора Приморского края – председателя Правительства Приморского края Веры Щербины. Среди жанрообразующих особенностей отмечена креолизованность, делается вывод о том, что значительно большую активность в сети Instagram среди приморских политиков проявляют мужчины.*

**Ключевые слова и словосочетания:** *речевой жанр, интернет-жанр, блог, медийные характеристики блога, креолизованный текст.*

## **LANGUAGE FEATURES OF THE BLOG OF A REPRESENTATIVE OF PUBLIC AUTHORITY ON INSTAGRAM**

*The article discusses the genre features of the Internet blog on the example of personal blogs of the Primorsky Territory Governor Oleg Kozhemyako and the First Vice Governor of the Primorsky Territory – Chairman of the Government of the Primorsky Territory Vera Shcherbina. Among the*