

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тихоокеанский государственный университет»

**МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ ДИАЛОГ В ПРОСТРАНСТВЕ  
СТРАН АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО РЕГИОНА**

Сборник научных статей по материалам II Международной студенческой  
научно-практической заочной конференции «Межкультурный диалог  
в пространстве стран Азиатско-Тихоокеанского региона»

Хабаровск  
Издательство ТОГУ  
2018

УДК 8 (5) (063)

ББК Ш100.63я431+Ч104.5я431

М 436

**М 436 Межкультурный диалог в пространстве стран Азиатско-Тихоокеанского региона:** сб. науч. ст. по материал. II Международной студенческой научно-практической заочной конференции «Межкультурный диалог в пространстве стран Азиатско-Тихоокеанского региона» (20 января 2018 г.) / отв. ред. доц. Л. В. Чередниченко. – Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2018. – 400 с.

ISBN 978-5-7389-2550-4

Материалы сборника представляют собой результаты научно-исследовательской работы российских и зарубежных ученых в области филологии, лингвистики, журналистики и межкультурной коммуникации в рамках проблематики II Международной студенческой научно-практической заочной конференции «Межкультурный диалог в пространстве стран Азиатско-Тихоокеанского региона» (20 января 2018 г.).

Сборник статей адресован исследователям теории и истории литературы, истории журналистики, межкультурной коммуникации, а также преподавателям средней и высшей школы.

УДК 8 (5) (063)

ББК Ш100.63я431+Ч104.5я431

ISBN 978-5-7389-2550-4

© Тихоокеанский  
государственный  
университет, 2018

© Коллектив авторов, 2018

6. Considine T. The Language of Sport: The United States of America. Facts On File / T. Considine. – N-Y. : Routledge, 1982. – 355 p.

7. Dictionary of proverbs. Apperson G. L. The Wordsworth Editions. 1993. – 721 p.

8. The Penguin Dictionary of Proverbs / Ed. Rosalind Fergusson. – London : Bloomsbury Books, 1983. – 331 p.

УДК 81'373.2

**Ли Шуан, М. Ю. Криницкая**

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,

г. Владивосток, РФ

## **НАИМЕНОВАНИЯ ЮВЕЛИРНЫХ МАГАЗИНОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

Статья посвящена комплексному лингвистическому исследованию эргонимических номинаций, являющихся неотъемлемой частью современного города, – наименований ювелирных магазинов. В статье анализируются изучаемые лингвистические единицы в структурном, семантическом и лингвокультурологическом аспектах. Анализ собранного материала выполнен на основе традиционного описательного метода – таких его специальных приемов, как наблюдение, сопоставление, классификация, обобщение, интерпретация. Используются также качественно-количественный и когнитивный методы.

Автор приходит к выводу, что наименования ювелирных магазинов являются элементом городской лингвокультуры, частью языкового пространства города, в пределах которого происходит их коммуникативная реализация.

Ключевые слова: ономастика; эргоним; структурно-семантический тип; лингвокультурологический аспект.

## **THE NAMES OF JEWELRY STORES IN RUSSIAN**

The article is devoted to the complex linguistic research of the jewelry shops names, that are an integral part of modern city. Article describes studied units in respect of structural, lexical and linguistic and cultural aspects. The analysis of collected material is based on tradi-

tional descriptive method, which uses such special methods as supervision, comparison, classification, generalization, interpretation. Quantitative and cognitive methods are used in process also.

The author comes to the conclusion that the names of jewelry shops are the elements of urban culture of language, part of language city space within the framework of that the communicative realization is kept.

Key words: onomastics; ergonym; structural and semantic type; linguistic and cultural aspects.

Город и его языковое пространство на современном этапе развития языкознания все больше привлекают внимание исследователей. Активное развитие процессов номинации, которые вызваны «бурным ростом торговых отношений и появлением многочисленных предприятий разных по видам деятельности и по формам собственности», привело, по словам Т. В. Шмелевой, к «номинационному взрыву», отразившему происходящие изменения в современном русском языке в этой сфере его употребления [6, с. 4]. Благодаря этому «номинационному взрыву» рождаются внутригородские именованья, или эргонимы. К ним относят собственные имена в названиях объединений деловых людей, в том числе союзов, организаций, учреждений, корпораций, предприятий, обществ, заведений, кружков [4, с. 166].

Целью данной работы является лингвистический анализ наименований ювелирных магазинов, которые встречаются на территории Российской Федерации. В качестве источников исследования выступает собранная автором картотека названий ювелирных магазинов. Всего 113 номинаций. В рамках исследования русские эргонимы предполагается рассмотреть с трех точек зрения: в структурно-грамматическом, в семантическом и в лингвокультурологическом аспектах.

С точки зрения структуры слова названия ювелирных магазинов могут быть написаны по-английски (7 %; здесь и далее в процентном соотношении приводятся статистические данные, которые помогают сделать соответствующие выводы) «*Goldengross*», «*585 Gold*» и по-русски (93 %) «*Город золотой*»,

«Адамант». Русские названия могут состоять из одного – четырех слов. Среди названий, состоящих из одного слова, в нашей картотеке присутствуют имена существительные (98 %) «Ника», «Арина», «Золото», «Эстет» и прилагательные (2 %) «Ювелирный». А среди названий-словосочетаний наблюдаются следующие виды: прилагательное (Adj) + существительное (N) (72 %), например, «Зеленый камень»; существительное (N) + существительное (N<sub>2</sub>) (16 %) – «Золото Якутии»; предлог (Prep) + прилагательное (Adj) + существительное (N) (2 %) – «У золотой горы» и др.

Статистика показывает, что абсолютное большинство названий ювелирных магазинов содержит не более двух слов. Полагаем, что это легко для восприятия и запоминания. Среди названий, состоящих из одного слова, почти все имена существительные. Они могут быть мужского рода по большей части, женского рода по меньшей части и остальные среднего рода. А среди названий, состоящих из словосочетаний, большинство названий ювелирных магазинов строятся по модели прилагательное (Adj) + существительное (N) – «Золотая Русь», «Царское золото».

Проанализировав названия ювелирных магазинов в лексико-семантическом аспекте, мы пришли к выводу, что данные слова можно разделить на следующие семантические группы: названия драгоценных и полудрагоценных камней «Жемчуг», «Алмаз»; названия-характеристики людей «Дамский угодник» (разг. тот, кто стремится угодить кому-либо, расположить в свою пользу, угодливый человек) [2]; названия украшений «Гранатовый браслет», «Золотое кольцо», «Манисто»; имена античных богов «Гефест» (в греческой мифологии бог огня, покровитель кузнечного ремесла и самый искусный кузнец) [1] и др.

Семантика названий ювелирных магазинов тесно связана с названиями драгоценных камней и словом «золото». Золото является благородным металлом, оно ценится русскими, поэтому, думаем, и используется данное слово в названиях ювелирных магазинов весьма часто, сравните: «Злата Мода», «Златоман», «Золото», «Ваши золото», «Золото Якутии», «Космос Золо-

то», «Магия Золота», «Золотой Карат», «Золотой телец», «Роскошь золота», «Русское золото», «У золотой горы», «Царское золото».

Интересно также рассмотреть названия ювелирных магазинов в лингвокультурологическом аспекте. Очень часто в названии магазина владельцы отражают реалии, связанные с культурной стороной жизни человека и общества. Здесь можно выделить некоторые группы таких названий.

Весьма часто среди названий встречаются названия художественных произведений. Например, «Небо в алмазах» – криминальная комедия Василия Пичула, премьера которой состоялась в 1999 г.; «Остров сокровищ» – роман шотландского писателя Роберта Стивенсона о приключениях, связанных с поиском сокровищ, спрятанных капитаном Флинттом на необитаемом острове. В данных названиях встречаются слова, которые относятся к лексико-семантической группе «драгоценности»: алмаз – прозрачный драгоценный камень, блеском и твердостью превосходящий все другие минералы, ювелирный алмаз [3]; сокровище – драгоценность, дорогая вещь, деньги (первоначально то, что скрыто, спрятано, сохранено где-нибудь), несметные сокровища, беречь что-нибудь, как сокровище [5]. Таким образом, владелец ювелирного магазина, пытаясь привлечь покупателя, использует прецедентное название – название художественного произведения.

Также используются прецедентные имена – имена художественных героев. Например, «Данила-Мастер». Данила – это герой сказа П. П. Бажова «Каменный цветок». Данилу называют мастером за умение искусно обрабатывать камень малахит, делать из него украшения.

Кроме подобных прецедентных имен в названиях встречаются и имена реальных исторических личностей. Например, «Клеопатра» – последняя царица Египта (51–30 гг. до н.э.), «Мономах» (1053–1125) – великий князь киевский в 1113–1125 гг., государственный деятель, военачальник и писатель. В рассмотренных названиях заключен значительный ассоциативный потенциал, способность вызывать в сознании носителей языка разнообразные представления, те или иные образы.

Думаем, что при выборе названия владельцам магазинов необходимо учитывать то, что «правильное», интересное, оригинальное название сможет привлечь покупателя. Как правило, владелец ювелирного магазина использует прецедентное название – название художественного произведения, имена древнегреческих богов, имена реальных исторических личностей. Именно на это обращает внимание покупатель в первую очередь.

Данная работа является начальным этапом в исследовании эргонимов, наименований ювелирных магазинов. В перспективе предполагается изучаемые названия рассмотреть в сопоставлении с китайскими наименованиями ювелирных магазинов, чтобы обнаружить сходства и различия в использовании тех или иных номинаций в русском и китайском языках. Только при поверхностном наблюдении замечаем, что названия китайских ювелирных магазинов состоят из 3–6 иероглифов. В названии китайского ювелирного магазина употребляются имена собственные: либо имя и фамилия владельца магазина, либо его основателя. Безусловно, в названиях есть и общие черты, характерные для русских и китайских названий. Например, употребление слов «золото», «золотой» в структуре названия магазина и др. Данное сопоставительное исследование требует дальнейшего анализа собранного материала.

Библиографические ссылки:

1. Брокгауз, Ф. А., Ефрон, И. А. Энциклопедический словарь [Электронный ресурс] / Ф. А. Брокгауз, И. А. Ефрон. – Режим доступа: <http://slovarslov.ru/slovar/brok.html> (дата обращения 02.12.2017).

2. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный [Электронный ресурс] / Т. Ф. Ефремова. – М. : Русский язык, 2000. – Режим доступа: <http://www.efremova.info/> (дата обращения 02.12.2017).

3. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений [Электронный ресурс] / С. И. Ожегов,

Н. Ю. Шведова. – М. : АЗЪ, 1993. – 960 с. – Режим доступа: <http://www.ozhegov.org/> (дата обращения 05.12.2017).

4. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1988. – 192 с.

5. Толковый словарь русского языка: в 4 т. [Электронный ресурс] / под ред. проф. Д. Ушакова. – М. : ТЕРРА, 1996. – Режим доступа: [http://slovarikushakov.info/%D0%A1%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C\\_%D0%A3%D1%88%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0/88051/%D0%AF%D0%BC%D0%B0](http://slovarikushakov.info/%D0%A1%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C_%D0%A3%D1%88%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0/88051/%D0%AF%D0%BC%D0%B0) (дата обращения 02.12.2017).

6. Шмелева, Т. В. Ономастикон российского города / Т. В. Шмелева. – Saarbrucken : Lar Lambert Academic Publishing, 2014. – 137 с.

УДК 80/81

**А. В. Магда, О. С. Подольская**

Тихоокеанский государственный университет, г. Хабаровск, РФ

### **КАТЕГОРИЯ ЦВЕТА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ИДИОМ**

Статья посвящена рассмотрению английских идиом, связанных с цветом, что представляет интереснейший и богатейший материал для изучения и понимания английской культуры, истории и национального самосознания англичан. Автор пытается обобщить самые известные идиомы, связанные с цветом, сравнивая их с русскими фразеологизмами для того, чтобы представить наиболее полную языковую картину мира с точки зрения психолингвистики.

Ключевые слова: цвет; идиома; фразеология; английский язык.

### **CATEGORY OF COLOR THROUGH IDIOMS**

The article is devoted to English idioms of color, the most interesting and the richest material for learning and understanding English culture, history and national identity. The author tries to summarize the most famous idioms of color, compare them with Russian idioms to create the most comprehensive the linguistic view of the world in the terms of psycholinguistic.

Key words: color; idiom; phraseology; English language.

## СОДЕРЖАНИЕ

### ВОПРОСЫ ФИЛОСОФИИ, ЛИНГВИСТИКИ, ИСТОРИИ, КУЛЬТУРОЛОГИИ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ДИАЛОГЕ СТРАН АТР

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	3
<b>Тин Ю. А., Грибунин В. В.</b> Классическая русская культура как пространство диалога между Востоком и Западом.....	4
<b>Терешина Н. С., Гущина И. Н.</b> Проблемы межкультурной коммуникации в Южной Корее.....	7
<b>Тимошенко Д. А., Грибунин В. В.</b> Роль мироощущения XX века в овладении современным человеком наследием мировой и отечественной культуры.....	11
<b>Шептюк Н. А., Холодилова Е. В.</b> Особенности изучения культуры Китая в школьном курсе мировой художественной культуры в старшем звене.....	16
<b>Будков Е. Ю., Потапчук Е. Ю.</b> Истоки и особенности аниме-культуры	21
<b>Кравцова В. С., Васильева В. Э.</b> Периодизация русской эмиграции в Австралию.....	26
<b>Давыдова Т. С., Потапчук В. И.</b> День совершеннолетия в Японии как культурное явление.....	32
<b>Кушнарев Н. С., Мельничук Е. А.</b> Философия войны – универсальная философия.....	38
<b>Ткаченко С. С., Потапчук В. И.</b> Печальное очарование вещей как эстетический принцип.....	44
<b>Слинько С. А., Грибунин В. В.</b> Православие и атеизм в России XX века: от противостояния к диалогу.....	49
<b>Кубанский А. А., Шаламова О. О.</b> Вопросы графической паронимии в современном японском языке.....	53
<b>Харченко Н. И., Потапчук В. И.</b> Китайская иероглифика и ее влияние на культуру стран АТР (на примере Японии и Кореи).....	58
<b>Чжао Ин, Выхованец Н. А.</b> Фразеологизмы с компонентом-топонимом в китайском языке.....	64

<b>Мещерякова Т. А., Потапчук Е. Ю.</b> Аниме как источник заимствования в русском языке.....	69
<b>Ду Чжунюань, Креницкая М. Ю.</b> Особенности наименований салонов красоты и парикмахерских в языковом пространстве г. Владивостока.....	74
<b>Антоненко Н. Д., Сабурова Н. А.</b> Ценностный потенциал средств вторичной номинации из сферы спорта.....	79
<b>Ли Шуан, Креницкая М. Ю.</b> Наименования ювелирных магазинов в русском языке.....	85
<b>Магда А. В., Подольская О. С.</b> Категория цвета через призму идиом	90
<b>Ли Хан, Креницкая М. Ю.</b> Словесные товарные знаки в русском языке (на примере названий сыров).....	96
<b>Сюй Чао, Калачинская Е. В., Коновалова Ю. О.</b> Прецедентные высказывания в публичной речи (на примере речи политических лидеров России и Китая).....	101
<b>Ситкина А. В., Ли Н. Б.</b> Корейские загадки как сосредоточение языковой игры.....	106
<b>Игнатова А. С., Подольская О. С.</b> Языковая игра в современных английских сериалах.....	111

## ЛИТЕРАТУРА И ЖУРНАЛИСТИКА СТРАН АТР В ДИАЛОГЕ КУЛЬТУР

<b>Дудукалова М. В., Горелова О. В.</b> Организация журналистской работы как средство формирования коммуникативной компетенции.....	116
<b>Белова Т. Е., Чередниченко Л. В.</b> Функционально-типологические особенности просветительских медиа.....	121
<b>Волкова Л. А., Троценко Л. А.</b> Особенности сетевых изданий и их типы	127
<b>Смирнова А. В., Чередниченко Л. В.</b> Корпоративные издания в новых медиаусловиях.....	132
<b>Яценко О. В., Бабкина Е. С.</b> Законодательное регулирование использования мессенджеров стран АТР в Российской Федерации.....	138
<b>Карпова Е. А., Чередниченко Л. В.</b> Значение социальных медиа в работе СМИ.....	145
<b>Тимошенко Г. Н., Лапко А. В.</b> Коммуникационное пространство феномена игры в журналистике.....	150

<b>Дунаева Е. А., Горшунова А. С.</b> Критерии отбора контента в глянцево-м журнале.....	155
<b>Овчаренко В. А., Бабкина Е. С.</b> Продвижение контента СМИ в сети Интернет: основные подходы онлайн-маркетинга.....	159
<b>Сологуб Я. Ю., Якимова С. И.</b> Из истории отечественных научных СМИ.....	167
<b>Барабанова Е. С., Лапко А. В.</b> Способы выражения авторской позиции в программе «Персонально ваш» на радиостанции «Эхо Москвы»...	173
<b>Зубова А. А., Бабкина Е. С.</b> Периодическая печать русских скаутов Дальнего Востока России 1910-х гг.....	178
<b>Марсенко И. А., Якимова С. И.</b> Проблема интеграции российской и японской прессы.....	188
<b>Митина Д. В., Ковальчук И. Ю.</b> Освещение проблем образования на страницах регионального приложения «Дальинформ» печатного издания «Аргументы и факты».....	197
<b>Дудка К. В., Сабурова Н. А.</b> Коммуникативно-прагматические аспекты спортивного комментария.....	203
<b>Чжан Синьвэнь, Фоменко И. Б.</b> Фразеологические единицы с ономическим компонентом на страницах СМИ.....	208
<b>Шан Хуэйжу, Васильева Т. В.</b> Морфолого-синтаксические особенности рекламных слоганов в китайском языке.....	215
<b>Киселёв А. Г., Александрова-Осокина О. Н.</b> У истоков дальневосточного кинематографа: документальный этнографический фильм об удэгейцах.....	220
<b>Баранова М. С., Бурая М. А.</b> Мотивный комплекс как признак сверхтекстового единства (на материале «Поэмы Горы» и «Поэмы Конца» М.И. Цветаевой).....	225
<b>Крушлинская Ю. Н., Ковальчук И. Ю.</b> Ф. М. Достоевский в литературной полемике с изданиями «Русский вестник», «День», «Современник» на страницах журнала «Время».....	230
<b>Верещагина К. А., Александрова-Осокина О. Н.</b> История первых контактов России и Японии в русской маринистике начала XIX в. («Записки флота капитана Головнина о приключениях его в плену у японцев» В. М. Головнина).....	235

<b>Олейник Ю. А., Приходько В. К.</b> Оценочная метафоризация в романе В. Набокова «Машенька».....	240
<b>Максимова Ю. А., Якимова С. И.</b> Универсализм творчества Вс. Н. Иванова.....	245

## **ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЛИТЕРАТУРЕ И ЖУРНАЛИСТИКЕ**

<b>Поздняков Е. И., Симоненко О. А.</b> Идеи буддизма в русской литературе Серебряного века.....	253
<b>Кралько Р. Э., Александрова-Осокина О. Н.</b> Своеобразие выражения авторской мысли в романе Н. П. Задорнова «Цунами».....	258
<b>Косынкин Д. Ю., Приходько В. К.</b> Приемы и средства изображения «Мира иных» в произведениях С. Лукьяненко.....	263
<b>Хуан Цзянь, Александрова-Осокина О. Н.</b> Тема Китая в цикле стихов П. С. Комарова «Маньчжурская тетрадь».....	269
<b>Баталов К. И., Гаврикова О. Е.</b> Особенности перевода этнографических реалий в романе Цао Сюэциня «Сон в красном тереме».....	272
<b>Юрова А. В., Подольская О. С.</b> Особенности выражения гендера в переводе.....	278
<b>Сударникова А. Л., Маленкович Т. М.</b> К вопросу о трудностях перевода фразеологических единиц.....	282
<b>Сыромятникова А. И., Шаламова О. О.</b> Психологический аспект конференц-перевода (на материале японского и русского языков).....	286
<b>Хачко Е. Е., Маленкович Т. М.</b> Особенности перевода английских идиом морской тематики.....	291
<b>Васильева А. О., Рыжова В. А.</b> Проблема сохранения единства научного и публицистического стилей при переводе аналитических статей китайских СМИ.....	296
<b>Богданова П. С., Микова М. В., Егорова О. В.</b> Особенности окказионального словообразования в современной англоязычной литературе (на материале романа Л. Франк «Ой, Джой»).....	305
<b>Очкалова Т. В., Приходько В. К.</b> Выразительные средства в публицистических текстах.....	312
<b>Цзинь Инчжэ, Гончарук Е. Ю.</b> Концепт «истина» в китайской язы-	

ковой картине мира.....	317
<b>Маркин К. Н., Приходько В. К.</b> Концепт «лень» в русском и английском языках.....	321
<b>Савина А. В., Ковальчук И. Ю.</b> Типологические особенности развития литературной критики в сетевых изданиях.....	328
<b>Сенченко А. Е., Сабурова Н. А.</b> Перформативность как жанровая черта проповеди.....	334

## РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РОССИИ В ПРОСТРАНСТВЕ АТР

<b>Новикова Е. И., Коренева М. Р.</b> Стереотипы о России как проявление общего и специфического в восприятии иностранцев.....	341
<b>Сковронская В. В., Симоненко О. А. Н. В.</b> Гоголь и Р. Акутагава: параллели и переплетения в судьбах и творчестве.....	346
<b>Панарина Е. О., Симоненко О. А.</b> Китайские последователи творческих традиций И. С. Тургенева.....	350
<b>Пасечник О. В., Симоненко О. А.</b> Влияние творчества А. П. Чехова на литературный мир Китая.....	354
<b>Чай Сяоянь, Троценко Л. А.</b> Архитектурное наследие России в Китае	360
<b>Александрова А. В., Симоненко О. А.</b> Причины популярности русской песни в Китае.....	365
<b>Грибкова Е. К., Максимова Н. Р.</b> Современное значение русского языка в странах АТР (КНР, Республика Корея, Вьетнам).....	369
<b>Пуртов А. С., Ламашева Ю. А.</b> Роль программы JET в распространении русского языка и культуры России в префектуре Аомори (Япония)	374
<b>Данелян А. Е., Дружинина В. В.</b> Методика работы с художественным текстом на уроках русского как иностранного.....	378
<b>СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ.....</b>	384