

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

Библиографический список:

1. Браэм, Г. Психология цвета [Электронный ресурс] / Г. Браэм. – Режим доступа: [http://www.koob.ru/braem/psychology\\_color](http://www.koob.ru/braem/psychology_color) (дата обращения 26.11.2017).
2. Тер-Минасова, С. Г. Война и мир языков и культур / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2008. – 334 с.
3. Толковый словарь С. И. Ожегова [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.endic.ru/ozhegov/Idioma-10440.html> (дата обращения 26.11.2017).
4. Color Psychology. Психология цвета [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://study-english.info/topic-colour-psychology.php> (дата обращения 26.11.2017).
5. English Oxford living Dictionaries [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/search?utf8=✓&filter=dictionary&query=этимологический+словарь+> (дата обращения 26.11.2017).
6. English-Russian dictionary of English idioms. Англо-русский словарь английских идиом [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://slovar-vocab.com/english-russian/vocab-idioms.html> (дата обращения 26.11.2017).

УДК 81'373.2

**Ли Хан, М. Ю. Криницкая**

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,  
г. Владивосток, РФ

**СЛОВЕСНЫЕ ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ  
(НА ПРИМЕРЕ НАЗВАНИЙ СЫРОВ)**

Статья посвящена лингвистическому исследованию словесных товарных знаков, зарегистрированных на территории Российской Федерации. Объект исследования данной работы – названия сортов сыра в русском языке. Предмет исследования – структурно-семантические особенности названий сортов сыра. Кроме этого в статье пред-

принята попытка анализа словесных товарных знаков с точки зрения соотношения языка и культуры. Наряду с описательным методом в работе применяется количественный метод для установления соотношений между отдельными группами словесных товарных знаков.

Автор приходит к выводу, что словесные товарные знаки представляют собой богатый лексический пласт, несущий весьма ценную лингвокультурологическую информацию.

Ключевые слова: ономастика; словесный товарный знак; русский язык; структурно-семантический аспект.

#### WORD TRADEMARKS IN RUSSIAN (THE CASE OF CHEESE NAMES)

Article is devoted to a linguistic research of the word trademarks registered in the Russian Federation territory. Objects of a research are structural-semantic features of cheese names. And also article makes an attempt of the analysis of word trademarks from the point of view of a ratio of language and culture. The quantitative method is applied at establishment of ratios between some groups of word trademarks besides use of a traditional descriptive method to researches of this kind in the work.

The author comes to a conclusion that word trademarks represent rich lexical layer which contains very valuable linguistic and cultural information.

Key words: onomastics; word trademark; Russian; structural and semantic aspects.

Как известно, на современном этапе развития общества активно развивается торговля. С каждым днем товаров становится все больше и больше, и им необходимы названия. Наименования товарных знаков, являющихся важной частью нашей жизни, содержат в себе значимый информационный потенциал, представляющий интерес не только для экономистов, менеджеров, юристов, но и для лингвистов, так как эти названия представляют собой очень разнородный пласт лексики.

Целью проводимого исследования является описание словесных товарных знаков и лингвистический анализ собранного материала. Материалом для данного исследования послужили словесные товарные знаки (всего 113 наименований сыров), зарегистрированные на территории Российской Федерации.

В современном языкознании выделяются различные понятия: (словесный) товарный знак, коммерческая номинация, бренд. Данные единицы весьма часто подменяют друг друга. Мы, вслед за Т. А. Соболевой и А. В. Суперанской, названия изучаемых продуктов питания будем относить к словесным товарным знакам, под которыми исследователи понимают «особый символ товарной собственности, обозначающий, кому принадлежит исключительное право распоряжаться данным товаром, получать прибыль и нести убытки за поставку некачественного товара» [3, с. 15].

В рамках исследования словесные товарные знаки сыров мы рассмотрим с трех точек зрения: в структурно-грамматическом, в лексико-семантическом и в лингвокультурологическом аспектах.

Проанализировав словесные товарные знаки с точки зрения написания, мы приходим к выводу, что только 61 % наименований написаны на русском языке. Например, «*Конти*», «*Шедро*», «*Город*», «*Дружба*», «*Сваля*», соответственно на английском языке – 14 % названий «*Favorite*», «*Fine life*», «*President*», «*Landers grand*», «*Reverend*». Данный факт обусловлен культурой изготовления сыров. Сыры производятся не только в России, но и в других странах мира. Использование английского языка в названиях словесных товарных знаков вполне оправдано: потребители во всех странах смогут узнать и приобрести товар. Кроме того, словесные товарные знаки сыров, зарегистрированные на территории России, могут быть написаны на итальянском языке – 6 % («*Pretto*», «*Arla*», «*Alparo*»), на турецком языке – 3 % («*Rokler*», «*Dorler*»), на финском языке – 6 % («*Premiolla*», «*Mlekovita*»), на португальском языке – 2 % («*Bonfesto*», «*Hortex*»), на немецком языке – 2 % («*Kraft*», «*Hochland*»), на испанском языке – 2 % («*Lactalis*», «*Cacique*»), на французском языке – 4 % («*Almette*», «*Brique*»). В данном случае использование иностранного словесного торгового знака указывает на страну-производитель.

С точки зрения структуры слова русские названия сыров могут состоять из одного слова или двух и более слов, то есть могут быть одноком-

понентные, например, «Карат», «Данар», «Гауда», «Верес», «Янтарь», или многокомпонентные, к примеру, «Троицкий сказ», «Сырная домна», «Добрый сыровар», «Баба Валя», «Сливочное утро».

Однокомпонентные названия могут быть представлены именем существительным. В нашем материале – 40 % названий. Например, «Город», «Презент», «Дружба», «Ламбер», «Вико». Среди них выделяются названия, которые относятся к существительным мужского рода, – 23 % («Янтарь», «Город», «Карат», «Презент», «Живчик»); женского рода – 8 % («Гауда», «Сваля», «Ферма», «Олейна», «Дружба») и среднего рода – 9 % («Вико», «Ястро», «Шедро», «Хортния», «Коровино»). Словесные товарные знаки сыров могут быть выражены также именем прилагательным – 1 %. Например, «Советский», «Сливочный», «Звенигородский», «Швейцарский», «Голландский».

Многокомпонентные названия строятся по модели: имя существительное + имя существительное, например, «Баба Валя»; имя существительное + имя прилагательное, к примеру, «Троицкий сказ», «Сырная домна», «Добрый сыровар», «Сливочное утро».

Словесные товарные знаки сыров могут состоять из одного слова или двух и более слов. Но чаще всего – это существительные мужского рода.

Лексико-семантическая классификация словесных товарных знаков сыров может быть представлена следующим образом: 1) название страны – 10 % («Голландский», «Российский», «Швейцарский», «Брест-литовск»); 2) название сорта – 8 % («Пармезан», «Гауда», «Чеддер», «Рокфор», «Массдам»); 3) название места – 30 % («Ферма», «Сырный берег», «Сырный погребок», «Сырная домна», «Город», «Костромской», «Добрянка», «Адыгейский», «Буковинский», «Воложин», «Милково», «Киприно», «Вико»); 4) название времени – 2 % («Сливочное утро»); 5) название предмета – 2 % («Презент», «Сырное лукошко»); 6) название профессии – 4 % («Мега-мастер», «Добрый сыровар»); 7) антропоним – личное имя – 6 % («Баба Валя», «Савушкин»); 8) название материала или вещества – 10 % («Сливоч-

ный», «Молочный», «Янтарь»); 9) название единицы измерения – 2 % («Карат»); 10) абстрактное существительное – 4 % («Дружба»); 11) названия, в которые включены заимствованные слова – 12 % («Данар», «Витак», «Амальтей», «Ястро») и др. Таким образом, в большей степени в качестве производящего слова используются лексемы, имеющие отношение к той или иной стране (страна или определенный регион, где производят сыр) или так или иначе называющие сорт (вид) сыра, например, «Голландский», «Российский», «Швейцарский»; «Пармезан», «Гауда», «Чеддер». Другие группы слов представлены в меньшем объеме.

Общеизвестно, что имена собственные являются трансляторами культурной информации, закреплённой в коллективной памяти народа. Как утверждает В. И. Постовалова, «картина мира есть целостный глобальный образ мира, который является результатом всей духовной активности человека, а не какой-либо одной ее стороны. Картина мира как глобальный образ мира возникает у человека в ходе его контактов с миром» [2, с. 19–20]. Словесные товарные знаки, являясь именами собственными, отражают те или иные факты культуры. Обратимся к примерам.

Весьма часто в названии сыров можно увидеть название какого-либо места, в котором сыр производится. Это могут быть разные страны. В этом случае почти все названия сыров заимствованы из других языков, к примеру, «Гауда» (Нидерланды). Сыр «Гауда» назван в честь голландского города Гауда, где сыр продавался на рынке в течение веков. К XIX в. производство этого вида сыра стало распространяться по всей Голландии.

Также используются слова, которые, употребляясь в переносном значении, приобретают национально-культурные особенности. Например, название сыра «Звенигородский» произошло от названия населенного пункта Звенигород (Московская область). Город расположен на берегах реки Москвы. Возможно, название сыра сделало город более известным.

Для создания словесного товарного знака «Янтарь» послужило слово, обозначающее окаменевшую живицу древнейших хвойных деревьев

(обычно прозрачную, цвета от бледно-воскового до темно-красного), обрабатываемую для украшений, а также используемую в медицине, приборостроении и других производствах [1]. Чаще всего этот материал имеет «солнечный», желтый цвет, аналогичный цвету сыра.

Интересно и другое название, в основе которого антропоним, – «Баба Валя». Баба – традиционное, простонародное название женщины. Баба – разговорный синоним слова бабушка [1]. В этом случае потребитель может соотносить товар с близким, родным человеком.

Как видим, словесные товарные знаки сыров содержат богатую лингвокультурную информацию, которая хранится в памяти народа. Таким образом, словесные товарные знаки обладают яркой национально-культурной семантикой, поскольку их значения напрямую зависят от истории и культуры народа, носителя языка.

Библиографические ссылки:

1. 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 30.11.2017).

2. Постовалова, В. И. Картина мира в жизнедеятельности человека / В. И. Постовалова // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. – М. : Наука, 1988. – 216 с.

3. Соболева, Т. А., Суперанская, А. В. Товарные знаки / Т. А. Соболева, А. В. Суперанская. – М. : Наука, 1986. – 176 с.

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