

ВВГУ

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»

XXV

Материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –

**НА РАЗВИТИЕ
ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО
РЕГИОНА РОССИИ
И СТРАН АТР**

ISBN 978-5-9736-0709-8 (Т. 2)



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

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –
НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА
РОССИИ И СТРАН АТР**

Материалы XXV международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
4–7 апреля 2023 г.

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Электронное научное издание

Том 2

Владивосток
Издательство ВВГУ
2023

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальне-
И73 восточного региона России и стран АТР** : материалы XXV международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Владивосток, 4–7 апреля 2023 г.) : в 4 т. Т. 2 / под общ. ред. д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет ; Электрон. текст. дан. (1 файл: 4,88 МБ). – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2023. – 1 электрон., опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей), 500 МГц; 512 Мб оперативной памяти; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); 5 Мб свободного дискового пространства; операц. система Windows XP и выше; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-0709-8

DOI: <https://doi.org/10.24866/0709-8>

Включены материалы XXV международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР», состоявшейся во Владивостокском государственном университете (г. Владивосток, 4–7 апреля 2023 г.).

Том 2 включает в себя следующие секции:

- АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ (ПУБЛИЧНОЕ ПРАВО).
- АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ (ЧАСТНОЕ ПРАВО).
- АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ.
- СОВРЕМЕННАЯ ЛИЧНОСТЬ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА
- РУССКИЙ ЯЗЫК И РУССКАЯ КУЛЬТУРА.
- ENGLISH LANGUAGE.
- СТРАНЫ АТР.
- АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ НАУКИ И ПРАКТИКИ.
- ТРАНСФОРМАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ МАСС-МЕДИА АТР.

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431

Электронное учебное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Pentium 3 и выше, 500 МГц; 512 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM. Операционная система: Windows XP/7/8.

Программное обеспечение: Internet Explorer 8 и выше или другой браузер; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-0709-8

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», оформление, 2023
Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Компьютерная верстка М.А. Портновой

690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Подписано к использованию 10 октября 2023 г.

Объем 4,88 МБ. Усл.-печ. л. 35,80

Тираж 300 (I–25) экз.

<i>Драгонер К.Р.</i> Атомный флот России в полярных широтах.....	115
<i>Дубков Н.С., Волжанин Д.А., Нечай Е.Е.</i> Китай в XXI веке: новый гегемон или «пузырь амбиций»?.....	118
<i>Животова Д.А.</i> Социальная модернизация в странах Северо-Восточной Азии.....	122
<i>Исмаилова А.Н.</i> Перспективы сотрудничества России и Республики Кореи в научно-технической сфере	126
<i>Карелина А.К., Склярова С.А.</i> Гуманитарная помощь как инструмент «мягкой силы» в условиях современности.....	130
<i>Ким А.Г.</i> Участие Республики Корея во Вьетнамской войне: причины и последствия.....	135
<i>Коптелева О.А., Нечай Е.Е.</i> Интеграция стран Ближнего Востока: проекты по ее развитию и преодолению проблем	138
<i>Кочеткова Ю.Е., Куриленко Д.В.</i> Обеспечение прав человека в автономных районах КНР (на примере Гонконга, Макао и Тибета).....	143
<i>Кулеба М.В., Склярова С.А.</i> Образ Китая в кино и средствах массовой информации: имидж страны в сознании российской молодежи	147
<i>Куриная Д.А.</i> Мода как ресурс «мягкой силы» Южной Кореи.....	151
<i>Курочкина Д.С.</i> Древняя культура Индии: основные характеристики и этапы формирования	155
<i>Ленда А.В.</i> Тайваньский фактор как катализатор конфликтного потенциала противостояния США-КНР	158
<i>Ли Джи Юн.</i> Проблема миграции в Японии.....	161
<i>Лукьянченко С.А., Никитенко Н.В., Сергеев В.А.</i> История развития проекта Союзного государства РФ и Беларуси и его перспективы в эпоху турбулентности	163
<i>Малыгина Я.Е.</i> Тренды международного сотрудничества Приморского края в региональном аспекте	167
<i>Михайлина А.М.</i> Перспективы сотрудничества РФ и стран АТР в космической промышленности	169
<i>Николаев А.В.</i> Ядерная энергетика, как важнейший источник электроэнергии в мире.....	173
<i>Норекян О.М.</i> Растущее влияние Китая на страны Центральной Азии. Роль России в данном процессе	179
<i>Осадчий Д.И., Андросов Д.С.</i> Внешняя политика Джо Байдена: возврат к многостороннему подходу ..	181
<i>Остапенко Е.С.</i> Отставка президента Вьетнама в 2023 году: причины, последствия, и задачи нового лидера	184
<i>Теплякова С.А.</i> Российско-китайское приграничное сотрудничество (на примере Дальнего Востока)	190
<i>Халченко А.А., Ким А.А.</i> Появление Миллионки и ее роль в истории Владивостока.....	193
<i>Хоружина В.Е.</i> Межгосударственное сотрудничество России и Китая в политической сфере.....	196

Секция. СОВРЕМЕННАЯ ЛИЧНОСТЬ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА

<i>Быкова С.Р.</i> Проблемы социализации подростков в условиях трансформации социальных норм современного российского общества	200
<i>Быкова С.Р., Сергутин С.С.</i> Новый образ современного учителя: социологический анализ.....	203
<i>Петлина Е.И., Панченко Л.Л.</i> Представления о семейных ролях супругов у женщин разного возраста	208
<i>Полникова В.И.</i> Музыкальный фанатизм как социально-психологическое явление	212
<i>Пономарева Д.В.</i> Отношение к понятию «совесть» у студентов (на примере психологов и юристов) ...	215

Секция. РУССКИЙ ЯЗЫК И РУССКАЯ КУЛЬТУРА

<i>Лю Пинг-Ченг, Крилицкая М.Ю.</i> Концепт ДОМ в русской и тайваньской языковых картинах мира.....	220
<i>Вэнь Хуэйсинь.</i> Лингвопрагматические особенности описания товаров в интернет-магазинах (на примере описания бытовой техники).....	223
<i>Бо Цяньлун, Антипова С.С.</i> Пословицы и поговорки с компонентом названий явлений природы в русской языковой картине мира	228

У русских и тайваньцев очень схожие определения дома. Из категорий, которые мы различаем, и у русских, и у тайваньцев есть определения: «комфортное место», «строение», «безопасное место», «спокойное место», «место для отдыха». Но тайваньские респонденты дали определение об инвестициях, это было не отмечено российскими респондентами.

По результатам ассоциативного эксперимента мы можем узнать, что ассоциации русских респондентов с домами более смещены в сторону нематериальных ценностей и чувств, которые дома вызывают у предметов, например: уют, тепло, комфорт, спокойно, хорошо, любовь и т.д.

Однако ассоциации тайваньских респондентов больше склоняются к материальной ценности и функции самого дома, например: дом, гавань, здания для проживания людей и т.д.

И у тайваньских респондентов есть много ассоциаций о реальной денежной стоимости дома в ассоциативной части, например: очень дорого, не могу себе позволить, цена и т.д. Территория Тайваня невелика, поэтому стоимость дома высока, что также сильно влияет на взгляды жителей Тайваня на дома. Кроме того, мы также получили некоторые специальные ассоциативные ответы, такие как: «выйти замуж», «хрустящие кубики» и т. д. Для тайваньцев наличие дома является очень важным фактором при вступлении в брак, поэтому, когда тайваньцы ассоциируют себя с домами, мы получаем ответ «выйти замуж»; А «хрустящие кубики» – это особый тайваньский десерт. Этот десерт обычно едят, когда пьют чай и разговаривают с семьей дома. Он тесно указывает на связь между семьей и домом. Когда люди говорят о «хрустящих кубиках», рождается образ в их воображении – это картина семьи, члены которой вместе едят хрустящие кубики в доме.

1. Евсюкова Т.В., Бутенко Е.Ю. Лингвокультурология: учебник. – 4-е изд., стер. – Москва: Флинта: Наука, 2016. – 480 с.

2. Лю Т. Концепт «дом» в русской и китайской языковых картинах мира и его перевод // Вестник Московского университета. Сер. 22. Теория перевода. – 2009. – № 1. – С. 16–24.

3. Пименова М.В. Концептуальные исследования сферы внутреннего мира // Сибирский филологический журнал. – 2002. – № 1. – С. 112-118.

4. Стернин И.А., Попова З.Д. Когнитивная лингвистика. – Москва: «АСТ – Восток – Запад», 2007. – 314 с.

5. Янь Г. Концепт «Дом»-家 в русской и китайской языковых картинах мира // Русское слово в многоязычном мире: Материалы XIV Конгресса МАПРЯЛ, Нур-Султан, Казахстан, 29 апреля – 03 2019 года / редколлегия: Н.А. Боженкова, С.В. Вяткина, Н.И. Клушина [и др.]. – Нур-Султан, Казахстан: Международное некоммерческое партнерство преподавателей русского языка и литературы "МАПРЯЛ", 2019. – С. 580-584.

УДК 81'42

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОПИСАНИЯ ТОВАРОВ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ (НА ПРИМЕРЕ ОПИСАНИЯ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ)

Вэнь Хуэйсинь
студент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В настоящее время в центре многих лингвистических исследований находятся тексты, которые создаются и функционируют в Интернете. Структура таких текстов, их лексические и грамматические особенности оказываются под большим влиянием специфики электронной коммуникации. В центре внимания статьи – тексты-описания товаров бытовой техники на сайтах интернет-магазинов, которые отражают особенности социокультурного взаимодействия между продавцом товара и потенциальным покупателем.

Ключевые слова: текст, описание товара, интернет-коммуникация, прагматика, оценка.

LINGUOPRAGMATIC FEATURES OF THE GOODS DESCRIPTION IN ONLINE STORES (USING THE EXAMPLE OF THE HOUSEHOLD APPLIANCES DESCRIPTION)

Currently, many linguistic studies focus on texts that are created and function on the Internet. The structure of such texts, their lexical and grammatical features are greatly influenced by the specifics of electronic communication. The focus of the article is on texts describing household appliances on the websites of online stores, which reflect the peculiarities of socio-cultural interaction between the seller of goods and a potential buyer.

Keywords: text, goods description, internet-communication, pragmatics, evaluation.

Тексты-описания товаров на сайтах интернет-магазинов рассматриваются нами как отдельный вид жанра интернет-коммуникации. В русистике существует несколько подходов к определению понятия жанра, типологии и принципов описания жанров [1]. Мы используем в работе точку зрения исследователей социопрагматического подхода, которые определяют жанр как стереотип речевого поведения, «относительно устойчивый тематический, композиционный и стилистический тип высказывания», который оформляет определенную ситуацию социального взаимодействия [2]. Тексты-описания товаров на сайтах магазинов обслуживают определенную ситуацию взаимодействия продавца товара и потенциального покупателя. Целью продавца является представление наиболее полной, качественной информации о товаре, описание его положительных характеристик с целью продажи. Целью покупателя товара является ознакомление с информацией-описанием товара с последующим выбором или не-выбором товара в качестве покупки. Реализация целей продавца и потенциального покупателя обеспечиваются целым набором языковых, структурных, прагматических составляющих текста-описания. Именно поэтому качественный текст-описание товара на сайте и общие принципы представления товара на странице описания являются важным условием успешности продаж данного товара. Таким образом, практическая значимость данной работы связана со сферой интернет-продаж, копирайтинга и рекламы.

Цель исследования – описать структурные, лексические, грамматические и прагматические особенности текстов-описаний товаров в интернет-магазинах.

Задачи исследования:

- 1) выявить структурные и лексико-грамматические особенности текстов-описаний товаров;
- 2) определить прагматические особенности текстов – особенности реализаций целей коммуникации продавца и покупателя товара;
- 3) описать лингвопрагматические особенности отзыва на товар как субжанра текста-описания на сайте магазина.

Актуальность исследования: работа выполнена в рамках антропоцентрической парадигмы современного языкознания – в центре внимания находится языковая личность (в социальной роли продавца и покупателя), которая репрезентует себя в особом типе текста-описания товара. Изучение специфики содержания таких текстов и факторов, определяющих их содержание, является важной задачей обеспечения успешности коммуникации.

В исследовании использован традиционный описательный метод лингвистики, а также методики дискурсивного анализа и методика социолингвистического анкетирования.

В качестве материала исследования было собрано и проанализировано 250 текстов-описания товаров бытовой техники с сайтов DNS.ru, Mvideo.ru, Eldorado.ru, Rbt.ru.

В результате исследования мы выявили, что описание товаров на сайте включает обязательные и факультативные части. К обязательным частям относятся:

1. Название товара
2. Обзор (описание)
3. Техническая характеристика
4. Стоимость
5. Фото товара

Кроме того, описание товара может включать такие необязательные компоненты, как: отзывы, рейтинг, информация о наличии и доставке, видео о товаре.

Для того, чтобы выявить отношение покупателей к содержанию описаний товаров на сайте, мы провели анкетирование [3], всего было опрошено 97 человек, возраст и пол участников показан на рис. 1.

Результаты анкетирования показали, что отзывы и характеристики товаров – это самые важные части в описании бытовой техники. На вопрос «Что для вас самое главное в описании товара на сайте, когда Вы выбираете технику в Интернет-магазинах?» 49% ответивших выбрали отзывы и технические характеристики, 20% – стоимость товара, фотографии и текст описания по 17 и 14% соответственно.

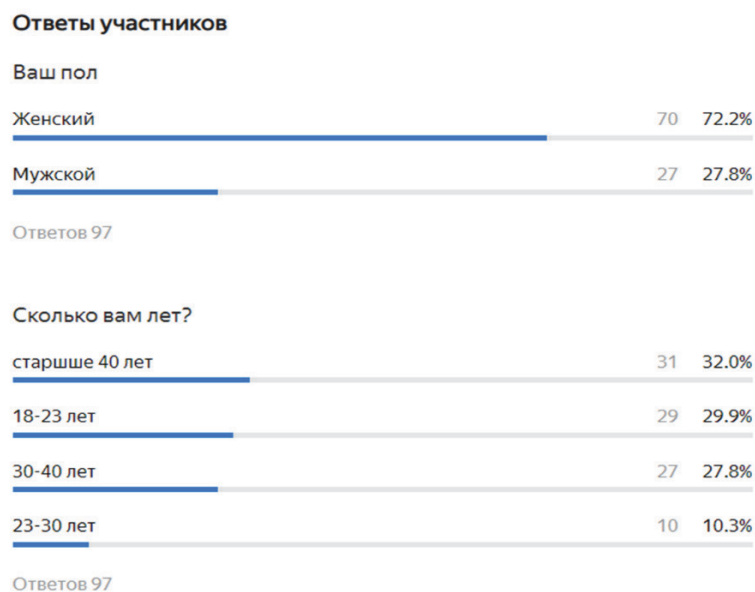


Рис.1. Возраст и пол участников анкетирования

При этом более 50% ответивших отметили, что они внимательно читают текст-описание (обзор) товара.

На вопрос «Вы читаете внимательно характеристики о товаре, когда Вы делаете покупки в Интернет – магазинах?» 76% ответили, что внимательно читают, а 24% – только иногда, когда сравнивают товары между собой.

На вопрос «Вы обращаете внимание на отзывы и рецензии о товаре, оставленные другими покупателями?» 75% ответили, что всегда внимательно изучают отзывы.

На следующем этапе работы мы проанализировали специфику субжанра «отзыв на товар». Была принята за основу гипотеза о том, как распределяются отзывы в зависимости от типа товара. Гипотеза состояла в том, что мужчины чаще пишут отзывы на электронную технику, а женщины на бытовую технику для дома. Для анализа методом сплошной выборки мы взяли 100 отзывов на телевизор и 100 на пылесос.

В результате гипотеза подтвердилась частично: на бытовую технику, действительно, чаще написали отзыв женщины. На телевизор – одинаково, нет зависимости от пола покупателя. Результаты анализа отзывов мужчин и женщин показаны на рис. 2.

• Пылесос моющий Thomas		
71 женщина	49 пишут подробно	22 пишут НЕ подробно
29 мужчин	15 пишут подробно	14 пишут НЕ подробно
• Телевизор Haier		
47 женщина	25 пишут подробно	22 пишут НЕ подробно
53 мужчин	25 пишут подробно	28 пишут НЕ подробно

Рис. 2. Результаты анализа выборки отзывов

Если продавец в описании товара использует только положительную оценку в характеристике товаров, то в отзывах покупателей содержится и отрицательная оценка купленных товаров. В резуль-

тате проведенного языкового анализа отзывов на товары мы выделили основные основания, по которым покупатели оценивают тот или иной товар. Среди наиболее частотных мы выделили следующие:

1. Деталь и ее работа
2. Функциональность
3. Качество
4. Удобство
5. Безопасность
6. Цена
7. Внешний вид
8. Частные характеристики товара
9. Услуга и послепродажное обслуживание
10. Другие: запах и экономичность

Чаще всего оценка в отзывах выражена языковыми средствами (в значении слова есть оценочный компонент – отрицательный или положительный). Но иногда оценка основана на пресуппозиции, субъективной картине мира говорящего: для одного ПУГАЕТ КОШЕК – это ПЛОХО, для другого – ХОРОШО. Результаты анализа языковых средств оценки показаны в табл.

Таблица

Результаты анализа языковых средств частнооценочных значений в отзывах

ОСНОВАНИЯ ОЦЕНКИ	минусы	плюсы
Конкретный товар:		
Робот-пылесос	Тупой как валенок, Крутиться на одном месте не дружит с коврами Пугает кошек	Умный, Шустрый Чисто убирает Хорошо чистит ковры кошка его боится
Деталь:		
шнур	тонкий и ненадежный	надежный
двигатель	Шумный, слабый	не шумный, мощный
дисплей	Невидный, маленький	Удобный и наглядный
экран	неясный	Экран яркий, цвета сочные.
Функциональность:		
	Плохо стирает	В любом случае лучше, чем руками 100%.
	Мало приложений во встроенном магазине	много приложений во встроенном магазине
Техника работает	Громко, шумно, Шумновата	Тихо
Почистить, убирает, моет	Сложно, плохо	Легко, Чисто, хорошо
сливает воду	Громко	Тихо
Техника работает	Громко, шумно, Шумновата	Тихо
набор функций	Мало	Большой
выполняет свою функцию	плохо	Полностью
стирка	медленная	Быстрая
Цена:		
	Дорогая	Отличная
	пылесос не стоит своих денег	Выгодная
Удобство:		
	Неудобен в эксплуатации	удобен в эксплуатации
настройка	сложная	Простая

ОСНОВАНИЯ ОЦЕНКИ	минусы	плюсы
Использование	Сложно использоваться	удобство в использовании
режимы стирки	неудобные	Удобные
Характеристики товара:		
габариты	большие	Малые
объем	Маленький	Большой
инструкция	непонятная	Понятная
вместимость	Небольшая	Большая
Услуга:		
доставка	Очень медленная	Быстрая
ремонт	дорогой	Дешевый
Качество:		
	Часто ломается	Надёжность
	Некачественный	Качество стирки на высоте
	плохое	вообще на высоте
техника	некачественная	Надежная
Безопасность:		
	при неправильной установке слегка бьет током.	Не нужно беспокоиться за безопасность техники
Машинка стоит	неустойчиво	устойчиво
Внешний вид:		
	некрасивый	неплохой
	Некрасивый внешний вид	стильный дизайн
Другие:		
запах	не проходит	Нет специального запаха
экономичность	расточительный	Экономичный

Мы выделили следующие типы языковых средств для выражения оценки в отзывах:

1. Оценочные прилагательные: *Экран яркий, цвета сочные*; 2. Оценочные наречия:

Сложно использовать; 3. *не* + глагол (отрицание) – пример: *не дружит с коврами*; 4. Фразеологизм – пример: *Тупой как валенок*; БЫТЬ + *вообще на высоте*; 5. Ситуативная оценка: *Крутится на одном месте* = для пылесоса плохо, нужно, чтобы ВО ВСЕХ местах убирался.

Таким образом, проведенное исследование лингвопрагматических особенностей текстов-описаний товаров на сайтах интернет-магазинов позволило сделать следующие выводы:

Описание товаров на сайте представляет собой отдельный жанр, который является средством организации социального взаимодействия продавца бытовой техники и покупателя. Это взаимодействие осуществляется также средствами сети Интернет.

Жанр «описание товара» включает в себя обязательные и факультативные элементы. Отдельную часть представляет собой субжанр «отзыв на товар».

Результаты анкетирования показали, что самыми важными частями при изучении товара на сайте для людей являются технические характеристики и отзывы. При этом свой выбор покупки люди делают на основе тщательного изучения описания товара (обзора) и технических характеристик.

Анализ отзывов показал, что мужчины и женщины одинаково пишут отзывы, это не зависит от типа товаров («мужская» электроника – «женские» товары для дома).

Тексты отзывов включают разнообразные способы выражения оценки (+ и -), часть которых принадлежит языковым способам (оценочные прилагательные, наречия и т.д.) и внеязыковым (ситуация и субъективный опыт говорящего).

1. Дементьев В.В. Изучение речевых жанров: обзор работ в современной русистике // Вопросы языкознания. – 1997. – № 1. – С. 109–121.

2. Долинин К.А. Речевые жанры как средство организации социального взаимодействия // Жанры речи. Саратов. – 1999. – Вып. 2. – С. 7–13.

3. Яндекс.Forms. «Описание товаров в интернет-магазинах». – Текст: электронный. – URL: <https://forms.yandex.ru/u/63fb269d69387220ba5963f0/>

УДК 811

ПОСЛОВИЦЫ И ПОГОВОРКИ С КОМПОНЕНТОМ НАЗВАНИЙ ЯВЛЕНИЙ ПРИРОДЫ В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Бо Цяньлун
бакалавр
С.С. Антипова
преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В статье обосновывается актуальность лингвокультурологических исследований. Описывается взаимосвязь языка и культуры. Язык, мышление и культура взаимосвязаны настолько тесно, что практически составляют единое целое, состоящее из этих трех компонентов, ни один из которых не может функционировать без двух других. Объясняются такие понятия как: лингвокультурология и языковая картина мира. На материале пословиц и поговорок выполняется лингвокультурологический анализ. Приводится лексико-семантическая классификация пословиц.

Ключевые слова: пословица, поговорка, язык, языковая картина мира, лингвокультурология.

PROVERBS WITH NATURAL PHENOMENA COMPONENTS IN THE RUSSIAN LINGUISTIC WORLDVIEW

The article substantiates the relevance of linguoculturological research. The relationship between language and culture is described. Language, thinking and culture are closely interrelated. They form a whole, consisting of these three components, none of which can function without the other two. Linguoculturology, linguacultural studies, linguistic worldview are explained. Linguoculturological analysis is carried out on the material of proverbs and sayings. The lexico-semantic classification of proverbs is given.

Keywords: proverb, saying, language, linguistic worldview, linguoculturology.

Опыт лингвокультурологического исследования даёт возможности для осознания как лингвистических аспектов жизни человека, так и социокультурных. Лингвокультурология – это раздел лингвистики, изучающий взаимодействие языкового и культурного компонента. Язык – это зеркало культуры, он является превосходным материалом для исследования социокультурных процессов. Языковая картина мира транслирует отношение человека к тем или иным объектам окружающей действительности, что выявляет культурные аспекты данного взаимодействия.

В начале 19 века взаимосвязь между языком и культурой исследовалась немецкими учеными – братьями Гримм и Вильгельмом фон Гумбольдтом. В Германии Вильгельм Фон Гумбольдт – наиболее авторитетный ученый, который, по существу, разработал базовые понятия лингвокультурологии. Он исследовал «философию языка», проблему «язык и мышление». Тем самым он продвинул вперед смежные дисциплины: лингвокультурологию, социологию и этнолингвистику. С его точки зрения, все языки развиваются по-своему, и культура отражается, прежде всего, в языке. По существу, В.-фон Гумбольдт впервые выдвинул концепцию «языковой картины мира»: «Каждый язык содержит в себе