

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

Институт социально-гуманитарных технологий  
Направление 45.03.02 «Лингвистика»  
Кафедра русского языка как иностранного

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

| Тема работы                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Лексическая репрезентация образа Монголии<br/>в русскоязычном Интернет-дискурсе</b> |

УДК 81'42:004.738(517)

Студент

| Группа  | ФИО                        | Подпись | Дата |
|---------|----------------------------|---------|------|
| 1512A30 | Хурэлбаатар Ууган-Эрдэнэ - |         |      |

Руководитель

| Должность       | ФИО           | Ученая степень,<br>звание | Подпись | Дата |
|-----------------|---------------|---------------------------|---------|------|
| Доцент каф. РКИ | Салосина И.В. | канд.пед.наук,<br>доцент  |         |      |

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:**

| И.о. зав. кафедрой | ФИО              | Ученая степень,<br>звание | Подпись | Дата |
|--------------------|------------------|---------------------------|---------|------|
| РКИ                | Владимирова Т.Л. | канд. филол.<br>наук      |         |      |

Томск – 2017 г.

## Планируемые результаты обучения по ООП

| <i>Код<br/>результата</i>           | <i>Результат обучения<br/>(выпускник должен быть готов)</i>                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Профессиональные компетенции</i> |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| P1                                  | Применять гуманитарные и естественнонаучные знания в процессе обеспечения межкультурной коммуникации                                                                                                                                                                            |
| P2                                  | Применять знания теории языка, теории перевода, теории межкультурной коммуникации в решении задач по обеспечению межкультурной коммуникации                                                                                                                                     |
| P3                                  | Осуществлять эффективную устную и письменную речевую коммуникацию на иностранном языке в ситуациях межъязыкового общения                                                                                                                                                        |
| P4                                  | Выполнять функции языкового посредника в ситуациях официального и неофициального общения, учитывая специфику взаимодействия представителей различных культур                                                                                                                    |
| P5                                  | Осуществлять подготовку мероприятий различного уровня с использованием нескольких рабочих языков                                                                                                                                                                                |
| P6                                  | Решать конкретные проблемы межкультурной коммуникации, влияющие на эффективность межкультурных и межъязыковых контактов                                                                                                                                                         |
| P7                                  | Проводить комплексные исследования проблем межкультурной коммуникации, включая поиск необходимой информации, эксперимент, анализ и интерпретацию данных, представление результатов исследования                                                                                 |
| P8                                  | Демонстрировать особые компетенции, связанные с уникальностью задач, объектов и видов профессиональной деятельности в области межкультурной коммуникации на предприятиях и в организациях – потенциальных работодателях, а также готовность следовать их корпоративной культуре |
| <i>Общекультурные компетенции</i>   |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| P9                                  | Эффективно работать индивидуально и в качестве члена команды при решении профессиональных задач, демонстрировать личную ответственность, готовность следовать профессиональной этике                                                                                            |
| P10                                 | Демонстрировать знание правовых, социальных и экологических аспектов деятельности языкового посредника, осведомленность в вопросах охраны здоровья и безопасности жизнедеятельности                                                                                             |
| P11                                 | Демонстрировать способность к самостоятельному обучению в течение всей жизни и непрерывному самосовершенствованию в профессиональной деятельности                                                                                                                               |



|                                                                        |                                         |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
|                                                                        | 6.Оформить результаты и сделать выводы. |
| <b>Перечень графического материала</b>                                 | Нет.                                    |
| <b>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы Нет.</b> |                                         |
| <b>Раздел</b>                                                          | <b>Консультант</b>                      |
| —                                                                      | Нет                                     |

|                                                                                                 |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</b> | 07.12.2016 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|

**Задание выдал руководитель:**

| Должность       | ФИО           | Ученая степень,<br>звание | Подпись | Дата |
|-----------------|---------------|---------------------------|---------|------|
| Доцент каф. РКИ | Салосина И.В. | канд.пед.наук,<br>доцент  |         |      |

**Задание принял к исполнению студент:**

| Группа  | ФИО                      | Подпись | Дата |
|---------|--------------------------|---------|------|
| 1512А30 | Хурэлбаатар Ууган-Эрдене |         |      |

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа **67** с., **50** источников, **1** приложение.

Ключевые слова: МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРС, ТУРИСТИЧЕСКИЙ СУБДИСКУРС, НОВОСТНОЙ СУБДИСКУРС, ОБРАЗ МОНГОЛИИ, ЛЕКСИЧЕСКАЯ ЕДИНИЦА, КОНТЕНТ-АНАЛИЗ.

Объект исследования – репрезентированный в Интернет-дискурсе образ Монголии. Предмет исследования – лексические средства репрезентации образа Монголии в Интернет-дискурсе.

Цель работы – выявить особенности лексической репрезентации образа Монголии в русскоязычном Интернет-дискурсе.

В процессе исследования выявлены лексические средства репрезентации образа Монголии (340 контекстов) в русскоязычном Интернет-дискурсе.

Материал: отзывы российских туристов о путешествиях в Монголию, новости, размещённые на интернет-сайтах: Форум Винского: <http://forum.awd.ru>, <http://tonkosti.ru>, <http://reports.travel.ru>, <http://www.otkrytie.ru>, <http://www.tursvodka.ru>, новости «Монголия сейчас»: <http://news.mongolnow.com>

В результате исследования проанализированы лексические единицы, формирующие образ Монголии в русскоязычном Интернет-дискурсе.

Практическая значимость определяется тем, что полученные результаты способствуют более глубокому пониманию лингвокультурологических особенностей восприятия монгольской культуры представителями русскоязычного населения, материалы исследования можно использовать в лекционных курсах и семинарских занятиях по лингвострановедению, отдельные выводы можно использовать при создании контента Интернет-порталов новостной и туристической сферы.

Перспективы исследования: выявление и описание особенностей лексической репрезентации образа Монголии в отзывах монголов, сопоставительный анализ этностереотипов в отзывах российских и монгольских туристов, а также исследование лингвокультурного типажа монгола в туристическом и новостном субдискурсе.

## ABSTRACT

Graduate work **67** p., **50** sources.

Key words: CROSS-CULTURAL COMMUNICATION, INTERNET-DISOURSE, TOURIST SUBDISKURS, NEWS SUBDISKURS, MONGOLIAN IMAGE, LEXICAL UNIT, CONTENT-ANALYSIS.

The object of the study: is the image of Mongolia represented in the Internet discourse. The subject of the study The subject matter of the study: is lexical means of representing the image of Mongolia in Internet discourse.

Objective: is to reveal the peculiarities of the lexical representation of the image of Mongolia in the Russian-language Internet discourse.

Material examined in the study: Material: reviews of Russian tourists on travel to Mongolia, news, posted on the Internet: Vinsky Forum: <http://forum.awd.ru>, <http://tonkosti.ru>, <http://reports.travel.ru>, <http://www.otkrytie.ru>, <http://www.tursvodka.ru>, news «Mongolia Now»: <http://news.mongolnow.com/>

Research outcomes: as a result of the research, lexical units that form the image of Mongolia in the Russian-language Internet discourse are analyzed.

Practical significance is determined by the fact that the results obtained contribute to a deeper understanding of the linguocultural features of the perception of Mongolian culture by representatives of the Russian-speaking population, the materials of the study can be used in lecture courses and seminars on linguistic studies, individual conclusions can be used to create the content of Internet portals for news and tourism.

Prospects for the study: identification and description of the features of the lexical representation of the image of Mongolia in the reviews of the Mongols, a comparative analysis of ethnostereotypes in the reviews of Russian and Mongolian tourists, as well as a study of the Mongolian linguistic culture in the tourist and news sub-discourse.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Введение .....                                                      | 8  |
| 1 Образ Монголии как объект лингвокультурологического изучения..... | 11 |
| 1.1 Интернет-дискурс как особый вид межкультурной коммуникации...   |    |
| 1.2 Анализ теоретических подходов к описанию образа в               | 17 |
| лингвокультурологических исследованиях.....                         |    |
| 1.3 Образ Монголии в современных исследованиях.....                 | 21 |
| Выводы по первой главе.....                                         | 23 |
| 2 Анализ особенностей лексической репрезентации образа Монголии в   | 25 |
| Интернет-дискурсе.....                                              |    |
| 2.1 Контент-анализ как эффективный метод исследования Интернет-     |    |
| дискурса.....                                                       |    |
| 2.2. Особенности вербализации образа Монголии в туристическом       | 29 |
| субдискурсе.....                                                    |    |
| 2.3. Особенности вербализации образа Монголии в новостном           | 50 |
| субдискурсе.....                                                    |    |
| Выводы по второй главе.....                                         | 56 |
| Заключение.....                                                     | 58 |
| Список публикаций.....                                              | 60 |
| Список используемых источников.....                                 | 61 |
| Приложение А.....                                                   | 65 |

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность** работы обусловлена, во-первых, социокультурными факторами. Многовековая история соседства и взаимодействия России и Монголии определила важность и необходимость эффективной межкультурной коммуникации между государствами и народами. В настоящее время границы межнационального общения раздвинулись благодаря активно развивающимся Интернет-технологиям, которые обеспечивают мгновенное распространение информации для неограниченного количества пользователей, а также инициируют массовое вовлечение в процесс диалога культур представителей как российской, так и монгольской стороны. И поскольку во многих школах Монголии до сих пор ведется преподавание русского языка, а большинство жителей сопредельных территорий имеют давние деловые и семейные связи, языковой барьер очень часто не является препятствием такого общения народов. Расширение сфер межгосударственного сотрудничества в сфере торговли, образования, а в последнее время активное развитие экологического туризма в Монголии, ставит задачу создания адекватного контента Интернет-порталов, формирующего позитивный и привлекательный образ страны. Поэтому исследование особенностей восприятия и интерпретации образа Монголии в русскоязычном Интернет-дискурсе является актуальной научной проблемой и его результаты сыграют важную роль в развитии межкультурной коммуникации между русскоязычным населением разных стран и жителями МНР. Почву для таких исследований подготовили работы по лингвострановедению и лингвокультурологии [1; 2 и др.].

Во-вторых, эта тема недостаточно изучена в науке. Лишь отдельные работы посвящены аспектам формирования образа Монголии в русскоязычных СМИ А. Бреславского, Огторгуймаа Аюш, существуют сопоставительные исследования художественной культуры России и Монголии Н.С. Царевой, И.В. Фотиевой, Н.Г. Барышниковой. В настоящее время системное описание особенностей лексической репрезентации образа Монголии в русскоязычном Интернет-дискурсе отсутствует.

Это позволило сформулировать цель работы и определить её задачи.

**Цель** работы – выявить особенности лексической репрезентации образа Монголии в русскоязычном Интернет-дискурсе.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Проанализировать особенности Интернет-дискурса как вида межкультурной коммуникации.
2. Изучить и систематизировать научные понятия для описания образа в лингвистике.
3. Выявить особенности вербализации образа Монголии в русскоязычном туристическом субдискурсе.
4. Установить особенности вербализации образа Монголии в русскоязычном новостном субдискурсе.

**Объект исследования** – образ Монголии в русскоязычном Интернет дискурсе.

**Предмет** – лексические единицы как средство репрезентации образа Монголии в русскоязычном Интернет-дискурсе.

В качестве **материала исследования** выступают отзывы российских туристов о путешествии в Монголию и тексты новостей, размещённые на интернет-сайтах: Форум Винского: <http://forum.awd.ru>, <http://tonkosti.ru>, <http://reports.travel.ru>, <http://www.otkrytie.ru>, <http://www.tursvodka.ru>, новости «Монголия сейчас» <http://news.mongolnow.com>. Были собраны и проанализированы контексты (всего – контекста), репрезентирующие образ Монголии.

**Методы исследования**: научное описание, метод анализа словарных дефиниций, лингвосмысловой анализ, контент-анализ текстов туристических сайтов и новостей.

**Теоретическая значимость исследования** заключается в том, что полученные результаты можно использовать в дальнейших исследованиях проблем межкультурной коммуникации в качестве материала для сопоставительного анализа.

**Практическая значимость исследования** определяется тем, что полученные результаты способствуют более глубокому пониманию лингвокультурологических особенностей восприятия монгольской культуры представителями русскоязычного населения, материалы исследования можно использовать в лекционных курсах и семинарских занятиях по языкознанию, лингвострановедению, лингвокультурологии. отдельные выводы можно использовать при создании контента Интернет-порталов новостной и туристической сферы.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, списка использованных источников. Объем работы – 67 стр., список состоит из 50 источников.

Во введении обосновывается актуальность исследования, определены объект и предмет исследования, сформулированы цели и задачи работы, ее научная новизна, дана характеристика материала и методов его изучения.

Первая глава посвящена рассмотрению теоретических основ исследования: понятия «Интернет-дискурс», «образ», «концепт», «стереотип», «лексическая единица».

Вторая глава представляет собой практическую часть, в которой представлен анализ языковых средств репрезентации образа Монголии в русскоязычном Интернет-дискурсе.

Результаты работы по теме исследования были представлены на IV Международной научной конференции «Международное образование и межкультурная коммуникация: проблемы, поиски, решения», г. Томск, 26-27 октября 2016 г., XI Международной студенческой научно-практической конференции «Иностранный язык и межкультурная коммуникация», 28 февраля 2017г.

# **1.ОБРАЗ МОНГОЛИИ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО ИЗУЧЕНИЯ**

## **1.1.Интернет-дискурс как особый вид межкультурной коммуникации**

В современной лингвистике дискурс, с одной стороны, рассматривается в качестве вида речевой коммуникации [1; 2]. С другой, как «способ говорения» [2. С. 10] в определенной ситуации общения. Причем учёные акцентируют внимание на факторе автора и адресата сообщения, учитывая «коммуникативное своеобразие субъекта социального действия» [2. С. 11]. Ведущие исследователи отечественной и зарубежной лингвистики отмечают такие свойства дискурса, как участие в его формировании не только вербальных, но и паралингвистических средств, сопутствующих речи (мимика, жесты, эмоциональность, воздействие на адресата, ритмичность и т.д.), ориентированность на адресата, устная и письменная формы существования и т.д. [6; 7; 8; 9; 10]. В. И. Карасик считает, что дискурс занимает промежуточное положение между речью и текстом [11. С. 193]. С точки зрения И. В. Силантьева, дискурс - инструмент реализации коммуникативных стратегий и целей [12]. В данном контексте текст репрезентирует дискурс [12].

Исследование дискурса реализуется в трех направлениях: прагмалингвистическом, то есть учитывающем контекст и своеобразие коммуникативной ситуации, диалогическом, обращающем внимание на диалогичность формы дискурса и культурологическом, сосредоточивающем внимание исследователей на коммуникативную компетенцию автора и адресата [10; 13].

Для нашего исследования важна позиция Ю.В. Ключева, утверждающего, что «дискурс является результатом социализации – постижения окружающего мира индивидом» [14. С. 207]. Ученый утверждает, что в настоящее время формируется новый тип человека «человек медийный», который является потребителем огромного количества информации и является зависимым от её содержания и трактовки. [14. С. 207]. Причем публичная сфера, в том числе

Интернет, является площадкой для социализации и реализации современного человека, обеспечивая ему возможность транслировать свои идеи, чувства, рефлексии для неограниченного количества человек. И если раньше средства массовой информации были ангажированы, с одной стороны, определенными идеологическими и иными течениями, и ориентированными на конкретный круг потребителя, то в настоящее время Интернет позволяет каждому пользователю не только получать информацию, но и создавать неограниченное количество разноплановых и разно жанровых текстов. «Человек становится личностью благодаря его перманентному пребыванию и функционированию в дискурсе публичного общественного взаимодействия» [14. С. 208].

Такую возможность предоставляет современному человеку Интернет, который ученые определяют как «виртуальное коммуникативное пространство» [14].

Однако в Интернете даже персональный дискурс подвергнется трансформации, если не говорить о деформации. Личностно-ориентированные, интимные модели речевого поведения видоизменяются в статусно-ролевые. Это наиболее очевидно, если мы проанализируем общение в социальных сетях между представителями различных субкультур: образ героя, выбранного в качестве «ника» вносит коррективы в модели и стратегии коммуникации личности конкретного человека. Помимо этого, отметим, что Интернет изменил наше понимание массовости СМИ. Интернет - это глобальная сеть, открывающая доступ неограниченному количеству человек. Изменился и характер поиска информации: в один клик. Скорость поиска обеспечивает и количество найденных документов, соответствующих запросу. В связи с чем, изменились и требования к текстам Интернета.

С точки зрения М.Г. Шилиной, Интернет коммуникация – это общение «одного или более индивидов посредством Интернета», автор указывает на специфичность данной формы общения, что отличает его от социальной и массовой коммуникации [15].

Исследуя компьютерно-опосредованную коммуникацию, И.Н. Розина утверждает, что интернет сообщения формируют знания и взаимопонимание «в разных средах, контекстах, культурах» [16. С. 233].

Определяя специфику такого вида коммуникации, Е.А. Тимошук отмечает, что «сетевое общество генерирует множество коллективных идентичностей, нуждающихся в поддержании, внутри- и межгрупповой артикуляции» [17]. В связи с чем, автор считает, что основной проблемой для современных научных исследований является транскурсивность межкультурной коммуникации в сети.

В настоящее время Интернет является уникальным каналом в том числе и межкультурного общения, а сформированный и формирующийся в его ресурсах корпус текстов отдельным видом межкультурной коммуникации, позволяющим, во-первых, транслировать и интерпретировать коды культуры, с другой стороны принимать и воспринимать особенности этой трансляции.

В данном контексте необходимо учитывать специфику восприятия «чужой» культуры, которое может привести в том числе и к противоречиям, вопросам, непониманию [18. С. 101].

По мнению Е.В. Гориной Интернет-дискурс - это «совокупность сетевых продуктов, созданных и существующих в виртуально-реальных условиях» [19. С. 65]. В нашем исследовании под Интернет-дискурсом понимается, во-первых, совокупность текстов, размещенных в сети Интернет, во-вторых выраженная в этих текстах позиция автора сообщения и, в-третьих, результаты интерпретационной деятельности адресата сообщения. Помимо этого, для нас важно выделение понятия «субдискурса» в качестве когнитивной сферы [14]. В Интернете функционирует и взаимодействует множество субдискурсов, которые отражают различные аспекты действительности. В нашем исследовании в сопоставительном аспекте представлены два из них: новостной и туристический.

Согласно классификации В. И. Карасика, туристический и новостной субдискурсы относятся к статусно-ролевому типу. В их контексте проявляются дискурсивные роли: информировать (новостной, туристический) и убедить,

склонить к выбору определенного продукта (туристический). Причем туристический субдискурс использует стратегии рекламного, поскольку соединяет две роли: с одной стороны - информировать, с другой - побудить к покупке [20].

Интернет обеспечивает передачу актуальной информации в оптимальные сроки, поэтому он является самым эффективным средством для передачи новостей в настоящее время. И, соответственно, новостной дискурс в Интернете обладает основными качествами дискурса средств массовой информации, но имеет и ряд особенностей.

В центре новостного дискурса актуальное событие, но границы его актуальности ограничены временем: новость должна быть «свежей».

Интернет обеспечивает новостной дискурс высокотехнологичным каналом связи и массовое распространение информации., поэтому представляет особый интерес для исследователей [21].

Интерес в этом плане представляет точка зрения А.Р. Сафиной, которая выделяет особенности создание новостных Интернет-текстов. Это, во-первых, сжатость и «суховатость», что обусловлено потребностью оперативности. Во-вторых, использование приёма «перевернутой пирамиды»: самая главная информация – в начале текста. Это привлекает читателя. Заголовки Интернет-новостей лишены метафоричности, и вообще исключается использование средств художественной выразительности, поскольку это затрудняет поиск и узнаваемость информации в сети, что отличает от традиционного стиля газет. По мнению автора, новую жизнь обрел жанр репортажа, поскольку этому способствует мгновенное появление информации на страницах Интернет-порталов [22]. Помимо этого, в качестве специфических черт сетевого журналистского текста ученые выделяют гипертекстуальность и наличие ключевых слов. В настоящее время это обозначается как «SEO-оптимизация статьи» [23. С. 183].

Туристический дискурс – представлен совокупностью текстов, функционирующих в сфере [24].

По мнению Ф.Л. Косицкой, отличительной особенностью туристического дискурса является «взаимозависимость, взаимодействие, интеракция собственно-туристического, рекламно-туристического, научного, делового, дидактического, правового (законодательного) подвидов туристического дискурса» [25. С. 192].

Рекламно-туристический подвид туристического дискурса включает различные виды рекламы туризма, нацеленные на позиционирование и продвижение туристических услуг с помощью стратегий аргументации, которые имеют лингвокогнитивный характер.

Туристический Интернет-субдискурс представлен разнообразными жанрами: реклама, сайты туристических компаний, форумы путешественников и др. Исследователи [26] отмечают появление нового речевого жанра в контексте туристического субдискурса – отзыв туристов. Л.В. Говорунова утверждает, что «социокультурная специфика отзывов обусловлена социально-культурными характеристиками адресатов» и их национальностью [26. С. 200]. Ученый относит отзыв к информационно-оценочным жанрам, соответственно он отличается эмоциональностью, субъективностью изложения, использованием аргументации. Авторы отзывов активно используют средства художественной выразительности, фразеологизмы, часто сниженную лексику.

Таким образом, теоретический анализ исследований показал, что Интернет-дискурс является коммуникативным пространством, обеспечивающим, в том числе, условия масштабной межкультурной коммуникации. Кроме того, Интернет-дискурс образует система субдискурсов, каждый из которых представлен совокупностью жанров. Функциональные особенности Интернет-дискурса оказывают влияние на трансформацию традиционных жанров СМИ (например, новости) и стимулируют появление новых (например, отзывы туристов, блоги путешественников). Помимо этого, тексты, репрезентирующие каждый из субдискурсов создаются в соответствии со спецификой речевых жанров данного субдискурса и Интернет-дискурса в целом, в том числе и в части лексического наполнения (например, обилие эмоциональной и разговорной лексики в отзывах туристов).

Для реализации цели нашего исследования будет использоваться анализ особенностей вербализации образа Монголии на основе текстов двух субдискурсов: туристического и новостного, поскольку это позволит создать наиболее полное представление о специфике его представления.

## **1.2. Анализ теоретических подходов к описанию образа в лингвокультурологических исследованиях**

Проблема восприятия иной культуры становится особо актуальной в наши дни, когда мир становится все более открытым и доступным, в том числе и благодаря Интернет-технологиям. За один клик мы можем переноситься во времени и в пространстве, познавать культуры разных стран, узнавать специфику жизни и быта людей различных национальностей. Вопрос в адекватности транслируемой на сайтах информации, её соответствии реальной действительности. На самом деле, мы имеем дело с результатом глобальной интерпретационной деятельности миллиона людей, продуцирующих тексты в сети. В данном контексте, наиболее точна точка зрения В.И. Карасика: «Язык интерпретирует мир» [11. С. 84]. И, вне всякого сомнения, характер создаваемых в текстах образов «другой» страны определяется индивидуальными особенностями языковой личности автора текста, жанровым и дискурсивным влиянием и сложившимися стереотипами восприятия иной культуры. Вопрос терминологического определения создаваемого продукта остается открытым. В связи с чем, рассмотрим соотношение базовых понятий: образ, концепт, стереотип.

Изучение механизмов создания образа предметов и явлений посредством языковых средств в текстах различной стилистической принадлежности являются актуальной проблемой современных исследований. Это послужило активному развитию отдельного когнитивного направления в лингвистике, психологии, лингводидактике и др. По мнению И.А. Стернина, «лексическое значение представляет собой разновидность знания о мире» [27. С. 8]. Ученые отмечают, что в лексическом значении слова присутствует образный компонент» [27; 28; 29]. Помимо этого, образ формируется лексическим окружением исследуемого слова. Существует точка зрения о том, что образ содержит «предметно-чувственный компонент» как результат взаимодействия индивида с окружающим миром. [30; 31]. Причем, с позиции психолингвистики, знак имеет и субъективное содержание [32], то есть интерпретация его в сознании субъекта,

его использующего. В соответствии с чем можно сделать вывод о том, что образ, функционирующий в речи, формируют личный опыт и образ мыслей, ментальность и сложившиеся в сознании автора текста стереотипы.

Для нашего исследования важно, что образ предмета складывается из отражения отдельных сторон предмета, поддающихся чувственному восприятию [27. С. 203].

С точки зрения психологии, образ сознания имеет 5 измерений: значение, предмет, личностный смысл, знак (слово), чувственная ткань [33]. В данном ключе образ формируется в точке пересечения культуры, представлений действительности, личностного понимания автора, его отношения и чувств, а также единиц языка.

Представление любого человека о конкретном предмете, называемом словом, индивидуально; но в индивидуальном представлении есть некоторая часть, общая для всех говорящих, и эта часть наиндивидуальна [27. С. 202].

Помимо этого, по мнению В.В. Красных, смысл зависит от «профессиональной, социальной и групповой принадлежностью человека» [34. С. 35]. Из этого следует, что образ несет в себе совокупность черт, которые ему приписывают члены определенной группы создателей сообщений, соответственно является трансляцией определенных стереотипов.

В отличие от образа, концепт представляет собой некую идею, понятие, причем эта идея может быть выражена только языковыми средствами. Он функционирует на уровне культурного кода.

Наше исследование базируется на семантико-когнитивном подходе, разрабатываемом З.Д. Поповой и И.А.Стерниным, который предполагает описание семантики языковых единиц «как вербализированную, коммуникативно релевантную часть концепта» [27. С. 146]. Ученые рассматривают образ в качестве компонента концепта [27]. В лингвокультурологии используется понятие культурного концепта, который содержит ценностную, образную и понятийную стороны [11. С. 91].

Помимо лингвистических средств концепт включает совокупность экстралингвистических средств, которые развивают и уточняют его содержание [11. С. 91].

Другим понятием, важным для исследования образа в лингвистике. В работах В.В. Красных [34. С.231] стереотип является «результатом отражения в сознании личности «типового» фрагмента реального мира, некий инвариант определенного участка картины мира». По мнению ученого, такая «картинка формирует стереотип-представление». Автор считает, что стереотип влияет на коммуникативное поведение и является «репрезентантом культурного пространства» [34. С. 239].

Стереотип мотивирует выбор ассоциаций к определенной ситуации общения представителем того или иного национально-лингво-культурного сообщества. [35. С. 268]. И если концепт абстрактен, его определяет в качестве идеи, понятия, то стереотип «социокультурно маркированная единица ментально-лингвистического комплекса представителя определенной этнокультуры» [36. С. 101].

Исследователи выделяют, в том числе, этностереотипы как образы этнических общностей, отражающие свойства двух взаимодействующих групп и отношения между ними [35. С 231].

Противопоставляя термины *концепт* и *стереотип*, учёные отмечают многомерность и абстрактность концепта. Стереотип более конкретный «образ-представление» В.В.Красных [34. С.133]. В связи с чем, описание концепта – дело сложное и многоуровневое.

И.Н. Щекотихина считает, что основным отличием этих понятий является то, что «в процессе стереотипизации происходит обобщение, схематизация доминирующих в том или ином социуме (группе) образов и оценок, связанных с неким понятием» [37], т.е. выделяет различия на культурологическом уровне.

В нашем исследовании мы будем использовать термин *образ*, поскольку это, во-первых, акцентирует внимание на представлениях о конкретной стране, Монголии (не об идее и понятии, т.е. *концепте*). Во-вторых, некорректно было

бы использование понятие *стереотипа*, поскольку авторы анализируемых текстов определены в группу *русскоговорящие*, которая может включать представителей разных культур и национальностей, поэтому сложно суживать объект изучения до стереотипа, поскольку разные культуры могут транслировать разные аспекты понимания иной культуры.

Для описания образа в лингвистике, прежде всего используют метод словарных дефиниций. Однако, ученые [34]. предлагают разграничить значение, описанное в словаре и значение, формирующееся в сознании автора и получателя сообщения, поэтому часто используется ассоциативный эксперимент. Кроме того, лингвокультурологическое исследование образа может быть представлено систематизацией и описанием контекстов. В данном ключе образ приобретает объемность и индивидуальность, поскольку каждый создатель текста обладает, во-первых, определенным словарным запасом, во-вторых, индивидуальным набором стилистических и синтаксических инструментов, позволяющих генерировать личностные смыслы посредством языка. Образ всегда функционирует в тексте.

Подробный анализ подходов, используемых при исследовании нехудожественных текстов, приведен в работе Н.С. Болотновой [38]. Автор считает, что в текстах такого типа особое значение имеет «связь языковых средств разных уровней с понятиями и конкретно-чувственными представлениями» [38. С. 50]. В связи с чем, большинство ученых для их изучения используют лингвосмысловой анализ.

Исследование образа в нашей работе будет иметь многоуровневую структуру: во-первых, изучение значения слова методом анализа дефиниций; во-вторых, выявление и описание непосредственных связей слова в контексте высказывания и текста в целом посредством лингвосмыслового анализа.

### **1.3. Образ Монголии в современных исследованиях**

Как уже отмечалось выше, проблема лексической репрезентации образа Монголии недостаточно изучена в русскоязычной научной литературе.

Мы можем выделить три направления исследований: во-первых, рассмотрение фактов художественной культуры в контексте концепции диалога культур, в том числе и сопоставительный анализ мотивов и образов в живописи, архитектуре, мифологии и т.д. [5], во-вторых, этнографические исследования, в-третьих, формирование образа Монголии в СМИ. Отдельно можно выделить научно-популярные заметки. Таковой является работа Ф.Н. Петрова, который сознательно в начале статьи подчеркивает форму своей статьи «путевые заметки» [39]. Для нас наибольший интерес представляет выделение автором (историком) ключевых объектов описания: степь и горы, вода, звери и птицы, дороги, монголы, храмы, юрты.

Вне всякого сомнения, что вековые культурные связи многонациональной России и Монголии не могут не отражаться на особенностях интерпретации как базовых культурных концептов, так и образов обеих стран. Говоря о древнем родстве бурятского и монгольского народов О. Доржиева отмечает, что для бурят «образ Монголии – это мечта, сладкое ощущение того, что мы потомки великих кочевников, вечной степи и священного синего неба» [Цит. по: 40. С. 105].

Отдельные исследования образа Монголии в русскоязычных СМИ обращают внимание на советский период истории России, в связи с чем, реализованный в них образ Монголии включает определенные речевые штампы данного времени, «элементы социалистической пропаганды» [4. С. 684]. Однако, очерки советских писателей в СМИ (К.М. Симонова, Ч.Т. Айтаматова и др.) поэтизируют этот образ, отмечая особую нетронутую красоту монгольской природы, «щедрое степное пространство», а также стойкость, мужество и гордость народа Монголии. Огторгуймаа Аюш отмечает, что по мнению, Чингиза Айтаматова, «в Монголии сполна найдётся вдохновение, а также темы для стихотворений, песен, музыки» [4. С. 684].

Существует масштабное исследование текстов российских и монгольских СМИ 2009 – 2010гг. [41], в центре которого использован событийный концепт «битва при Халхын-Голе». По мнению авторов, данный концепт актуален в диалоге монгольской и русской культур. Показательно, что выявленные авторами компоненты ассоциативного поля как с российской, так и с монгольской стороны совпадают, что говорит о единстве восприятия данного события представителями обеих культур.

Иной подход представлен в работе А.С. Бресловского, который обозначен уже в названии статьи «геополитический образ Монголии» [3]. Ученый анализирует тексты бурятских СМИ в период с 2000 по 2011гг., в них Монголия рассматривается как «благословенный край», а также эталон для подражания. С точки зрения автора, можно выделить два периода в развитии отношений Монголия – Россия, соответственно, следует выделить два типа формируемого образа, т.е учёный описывает образ в динамике. По мнению автора, в начале двухтысячных в СМИ подчеркивается территориальная и культурная общность двух стран, отсюда множественность определений «старый друг», «брат». С середины нулевых – партнер (один из возможных).

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что во всех вышеперечисленных работах отмечены основные лингвокультурологические особенности восприятия образа Монголии русскоязычными авторами текстов. Это, во-первых, через описание первозданной красоты природы, во-вторых через описание отношений двух стран и их представителей.

В параграфе 1.1. мы уже отмечали, что жанры Интернет-СМИ и СМИ печатные имеют существенные отличия. А динамика развития образа в современных масс-медиа еще не рассматривалась учеными. Это еще раз подчеркивает актуальность нашей работы.

## ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ

Все вышеизложенное позволяет сделать следующие выводы:

1. Интернет-дискурс является видом межкультурной коммуникации, коммуникативным пространством, обеспечивающим канал связи для общения представителей разных культур.
2. Интернет-дискурс образуется системой субдискурсов, обладающих специфическими характеристиками, включая лексические, синтаксические и экстралингвистические особенности.
3. Несмотря на то, что некоторые жанры Интернет-дискурса имеют прототип в СМИ, например, новости, они имеют ряд отличий. Основные – это гипертекстуальность, отсутствие средств художественной выразительности и фразеологизмов в заголовках, «сухость» изложения, что обусловлено средой функционирования – Интернетом, в котором узнаваемость обеспечивается набором ключевых слов, генерирующихся в понятии «семантическое ядро». Помимо этого, многие речевые жанры являются порождением Интернет-средой, такие как, отзывы туристов, блоги и т.д. Специфика жанра оказывает влияние на лексическое наполнение текста.
4. Для описания специфики отражения восприятия страны в русскоязычных текстах Интернет-дискурса целесообразнее всего использование понятия *образ*, которое более точно отражает объект описания, в отличие от *концепта* и *стереотипа*. Описание *образа* в лингвистике возможно посредством реализации комплекса методов: на первом этапе необходимо использовать метод анализа словарных дефиниций, на втором – лингвосмысловой анализ контекстов, функционирующих текстов.
5. Особенности лексической репрезентации образа Монголии в современном Интернет-дискурсе является неизученной областью, что доказывает актуальность нашего исследования. Но наличие описания данного образа в русскоязычных СМИ, главным образом, в газетах, определяют направления исследования: во-первых, Монголия – это страна уникальной природы, во-вторых, Монголия – это страна развивающейся экономики.

## **2.АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ЛЕКСИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОБРАЗА МОНГОЛИИ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ**

### **2.1.Контент-анализ как эффективный метод исследования Интернет-дискурса**

С целью получения достоверных результатов и обработки больших массивов текстовой информации в современных лингвистических исследованиях используют контент-анализ. Этот метод в настоящее время активно реализуют в комплексе мероприятий по продвижению Интернет-сайтов и услуг (SEO), поскольку он позволяет эффективно осуществлять подсчет частотности используемых при формировании поискового запроса ключевых слов, а значит, позволяет выявлять лексические единицы, которые могут сделать Интернет-сайт наиболее узнаваемым и обеспечивает доступность его поиска.

Многие исследователи определяют контент-анализ в как качественно-количественный анализ [42 и др.]. Ученые отмечают точность и объективность данного метода.

Контент-анализ - это подсчет количества словоупотреблений в тексте. Более подробно этот вопрос применительно к практике написания выпускных квалификационных работ по лингвистике рассмотрен в статье Е.П.Чернбровкиной [43]. Контент-анализ (анализ содержания) является одним из методов изучения текстов с лингвистической точки зрения. Он выступает одним из основных методов междисциплинарных исследований, проводимых на стыке лингвистики с социологией, культурологией, историей и т.п. Анализ содержания, или контент-анализ, представляет собой перевод в количественные показатели массовой информации (текстовой, аудиовизуальной, цифровой) с последующей ее статистической обработкой. Как правило, контент-анализ применяется для изучения большого количества текстов, источниками которых выступают печатные издания, Интернет-ресурсы и прочие виды средств массовой информации. Его идея очень проста и повторяет ту, что лежит в основе любого другого количественного метода в социологии, будь то анкетирование или наблюдение: нужно сосчитать наиболее часто повторяющиеся слова или темы,

например, в газетном материале, и определить общую тенденцию. Особенность заключается именно в применении статистических процедур для анализа однотипных текстов.

Таким образом, традиционный контент-анализ (англ content analysis – анализ содержания) можно определить как количественный анализ текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей [44].

Другой аспект этого явления рассматривается в работе О.Т. Манаева. Ученый отмечает, что объектом контент-анализа могут быть не все тексты. Важно, чтобы содержание позволило задать однозначное правило для надежного фиксирования нужных характеристик, а также чтобы у исследуемых элементов была достаточная частотность [45].

Контент-анализ позволяет выяснить то, что существовало до текста, то, что реализуется в тексте, и то, что возникнет в сознании адресата после его прочтения [45].

Важным остается вопрос: что является единицей контент-анализа. В нашем исследовании используется классификация, предложенная в работе М.В. Гавриловой. Учёный выделяет: структурно-семотические (лексические и грамматические показатели), понятийно-тематические, референциальные (личности, события, города и т.д.), единицы, представляющие результаты концептуальных операций (метафоры, примеры, аналогии), а также поэтические единицы [46]. Мы будем использовать анализ лексических единиц. Под лексической единицей понимается слово со всей совокупностью его функций и значений [47]. Исследователи утверждают, что посредством интерпретации ключевых слов возможно определение доминанты основного смыслового содержания текста [41]. И.А. Стернин отмечает, что «лексическое ядро русского языка» составляют существительные глаголы [27. С.42]. Поэтому правомерно предположить, что в основе нашего исследования будет анализ ключевых слов, определяющих образ Монголии, выраженных существительными и глаголами и их связей в контексте высказывания.

Для проведения контент-анализа нами была использована программа ресурса <https://advego.ru>. Данная программа позволяет выявлять как наиболее частотные единицы, так и семантическое ядро сайта. Понятие семантического ядра появилось в современной науке в связи с активным развитием Интернет-технологий. Под семантическим ядром понимается база наиболее точно подобранных слов для продвижения товара или услуги с целью их продвижения. В центре ядра – наиболее частотное ключевое слово, далее слова располагаются по мере убывания их частотности. Помимо того, программа позволяет объединять слово и всю совокупность его морфологических форм из анализируемого текста. Поскольку данный подход разработан именно для анализа Интернет-контента, он наиболее точно соответствует задачам нашего исследования. Выше мы уже отмечали, что исключительной особенностью Интернет-дискурса является стремление к узнаваемости и легкости поиска по ключевым словам для увеличения количества просмотров. Вне всякого сомнения, это имеет отношение и к текстам отзывов туристов (основная цель – собрать большое количество «лайков», «перепостов», комментариев), и к контенту туристических сайтов (основная цель – продвижение предлагаемого продукта), и к тексту новостей.

Настоящее исследование проводилось посредством реализации следующих этапов:

1. Сплошная выборка текстов отзывов туристов / рекламных текстов туристических сайтов / новостей из сети Интернет.
2. Проведение контент-анализа с использованием программы для проведения контент-анализа, размещенной на сайте <https://advego.ru>.
3. Создание сводных таблиц, отражающих связь основных понятий (ключевых слов) с их определениями в текстах.
4. Фиксация словарных дефиниций ключевых слов.
5. Лингвосмысловой анализ и комментирование основных контекстов, отражающих содержание и структуру сформированного образа.

Верификация полученных интерпретаций производилась путём количественных подсчетов выделенных единиц.

Итак, метод контент-анализа позволил точно выявить ключевые слова, репрезентирующие образ Монголии в Интернет-дискурсе и оптимизировал обработку достаточного для формулировки выводов количество текстов.

## **2.2. Особенности вербализации образа Монголии в туристическом субдискурсе**

Особенности туристического субдискурса были рассмотрены в первом параграфе первой главы исследования. Для нас наибольший интерес представляют жанры: отзыв туриста и рекламный текст для сайта туристической компании.

Большие возможности для размещения развёрнутых отзывов предоставляет туристам «Форум Винского» (<http://forum.awd.ru>), который позиционирует себя как форум самостоятельных путешественников. В рамках портала функционирует система подсчета рейтинга отзыва, проводятся конкурсы на лучший текст. Это даёт свободу для проявления языковой и стилистической индивидуальности авторов сообщений и не ограничивает их в объеме оставляемых сообщений.

Основные принципы и правила Форума, изложенные на его страницах, стимулируют авторов к оригинальности, использованию русского языка, запрещают использование ненормативной лексики, орфографической правильности речи («не уродуйте слова русского языка»), развернутости сообщений. «Форум - это место общения и обмена информацией» - это основной постулат модераторов портала. В связи с чем, тексты форума содержат уникальный богатый языковой материал для изучения.

Следует отметить также, что информация размещена в очень удобной для поиска форме под рубриками: «Вьетнам: от А до Я», «Монголия: от А до Я» и т.д.

Для исследования мы использовали 10 текстов отзывов путешественников из раздела «Монголия отзывы, путешествие в Монголию». Основной принцип отбора: по времени размещения, с целью получения актуальной информации. Общее количество слов – 33580.

Тексты разместили в программу для проведения семантического анализа текста, размещенную на сайте <https://advego.ru>. Программа позволила выделить ключевые слова, входящие в семантическое ядро текста. Разместили полученные

результаты в виде таблицы. Выделенные ключевые слова объединили в тематические группы. Затем определили словарную дефиницию к каждому ключевому слову по Словарю русского языка [48]. После этого выбрали к каждому контексты-определения из анализируемых текстов и зафиксировали результаты в Таблице 1. Затем, используя метод анализа словарных дефиниций и лингвосмыслового анализа описали полученные результаты и сделали выводы об особенностях лексической репрезентации в русскоязычном туристическом Интернет-субдискурсе. Всего было проанализировано 209 контекстов.

Таблица 1. Лексическая репрезентация образа Монголии в туристическом субдискурсе

| №              | Ключевое слово | Частотность | Словарная дефиниция<br><a href="http://slovarozhegov.a.ru/">http://slovarozhegov.a.ru/</a> | Контекст                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------|----------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>природа</i> |                |             |                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 1.             | озеро          | 80          | Замкнутый в берегах большой естественный водоем.                                           | <p>Подъезжаем ближе, нет, не <u>озеро</u>, - огромная <u>лужа</u>. Очень странная лужа: ветра нет, а поверхность вся клокочет.</p> <p>красивое <u>озеро</u><br/>чистое <u>озеро</u> с прозрачной водой, обрамленное горами<br/>Это <u>озеро</u> необычно тем, что оно бессточное, но при этом пресноводное.</p> <p>Слегка солоноватое <u>озеро</u> на высоте 1876 метров, кристально чистая вода, скалы, холмы, поросшие лиственницей, штиль, зеркальная гладь. Полное умиротворение.</p> <p>Чем дальше в <u>озеро</u>, тем вода чище и прозрачнее. Вот куда надо было ехать, не</p> |

|    |                 |      |                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----|-----------------|------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                 |      |                                                                      | <p>терять время.</p> <p>величайшее <u>озеро</u> Монголии</p> <p>самое большое по площади <u>озеро</u> в Монголии. Озеро, по которому можно доплыть до России!</p> <p>Очень красивое <u>озеро</u>, обрамленное со всех сторон горными хребтами</p> <p>самое высокогорное <u>озеро</u></p> <p>дикое и малообжитое <u>озеро</u></p> |
| 2. | вечер           | 63   | Часть суток, сменяющая день и переходящая в ночь.                    | <p><u>вечер</u> воскресного дня всех, видимо, уже расслабил</p> <p>Одно из моих самых любимых занятий по жизни – паять в карту. Холодными зимними <u>вечерами</u> я делаю это довольно часто</p> <p>зимними <u>вечерами</u> она не смотрит с тоской в карту</p> <p><u>Вечером</u> на чай пришли гости</p>                        |
| 3. | горы/<br>горный | 39/7 | Значительная возвышенность, поднимающаяся над окружающей местностью. | <p><u>Хангай</u>, с его совсем недавней по геологическим меркам вулканической деятельностью имеет множество красивейших мест, активно посещаемых туристами.</p> <p>Над озером ползла огромная грозовая туча.</p>                                                                                                                 |

|    |       |    |                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|-------|----|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |       |    |                                                                | <p>Подсвеченная лучами<br/>сидящегося в <u>горы</u><br/>солнца, она выглядела<br/>впечатляюще</p> <p>высокие <u>горы</u></p> <p>вдали виднелись<br/><u>горы</u>, одна из них<br/>снежная</p> <p>Вначале были<br/>просторные степи, с<br/><u>горами</u><br/>вдалеке, множество<br/>цветущего дикого<br/>лука, потом въехали в<br/>невысокие <u>горы</u>.</p> <p>...появился кустарник,<br/>курильский чай, высоко<br/>в горах пару раз<br/>виднелись розовые<br/>пятно, живописно<br/>окрашивающие <u>горы</u></p> <p>невысокие <u>горы</u></p> |
| 4. | ветер | 41 | Движение, поток<br>воздуха в<br>горизонтальном<br>направлении. | <p><u>сильный ветер</u></p> <p><u>Ветер уже весь</u><br/><u>разобрали</u></p> <p><u>Бегу на ветер</u></p> <p><u>ветер рвал тент, гнул к</u><br/><u>земле дуги</u></p> <p>достаточно ровный<br/><u>ветер</u></p> <p><u>ветер</u> слабый</p> <p><u>ветер</u> затихал<br/>временами</p> <p><u>ветерок</u> подустал</p> <p><u>ветер</u> свежеет на глазах</p> <p>Меня то и дело<br/>выдергивает в небо,<br/>срывает под <u>ветер</u></p>                                                                                                           |

|    |      |    |             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----|------|----|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |      |    |             | <p>«Обиделся <u>Ветер</u>,<br/>теперь порвет меня на<br/>ветошь!»</p> <p>Ай да <u>Ветер</u>, не на<br/>шутку я его завел!</p> <p><u>Ветер</u> в берег нагнал<br/>волну, вода стала<br/>мутной</p> <p><u>Ветер</u> рваный, с<br/>провалами до нуля</p> <p><u>ветер</u> продолжал дуть</p> <p><u>Ветер</u> приходит<br/>порывами</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 5. | ночь | 35 | время суток | <p>часть дельты реки<br/>Селенги и прилегающей<br/>равнины за одну <u>ночь</u><br/>опустились ниже<br/>уровня Байкала</p> <p><u>ночью</u> прошел дождь</p> <p><u>ночь</u>, без генератора,<br/>без света, в потоках<br/>воды и глины, и даже не<br/>на танке</p> <p>глина за <u>ночь</u> раскисла</p> <p>неспокойную <u>ночь</u></p> <p><u>Ночь</u> нас застала</p> <p><u>Ночью</u> немного<br/>штормило</p> <p><u>Ночью</u> атмосфера<br/>пришла в движение</p> <p>Часто встречается<br/>утверждение, что в<br/>пустыне днём зной, а<br/><u>ночью</u> холодно-далеко<br/>не всегда, по крайней<br/>мере летом, часто и<br/><u>ночи</u> очень тёплые.</p> |

|    |                |      |                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----|----------------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                |      |                                                                                                                                                                                | <p><u>ночью</u> ветер</p> <p>абсолютно<br/>тёмную, безлунную<br/><u>ночь</u></p> <p>ниже нуля <u>ночью</u>,<br/>сильный ветер</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 6. | вода/<br>поток | 32/9 | <p>Прозрачная<br/>бесцветная<br/>жидкость,<br/>представляющая<br/>собой химическое<br/>соединение водорода<br/>и кислорода./<br/>Стремительно<br/>текущая водная<br/>масса</p> | <p><u>вода</u>, плавающие<br/>жилища, подмытые<br/>дороги</p> <p><u>Вода</u> прибывает</p> <p>По капоту течет желтая<br/><u>вода</u></p> <p>«Нет, нас может убить<br/>молнией, разорвать в<br/>кучья ветром, но<br/>только не смыть, - до<br/>верхушки бархана <u>вода</u><br/>всяко не дойдет. И<br/>потом, мы же спим на<br/>надувном матрасе!».</p> <p><u>вода</u> понятное дело, не<br/>как в тропиках.</p> <p>Красота: прозрачная<br/><u>вода</u>, переходящая в<br/>бирюзовую, затем в<br/>темно-синюю. <u>Вода</u><br/>настолько чиста, что на<br/>глубине видно дно,<br/>кажется, что катаешься<br/>над какой-то бездной</p> <p>кристально чистая <u>вода</u></p> <p><u>Вода</u> у берега, мягко<br/>говоря, не чистая</p> <p><u>Вода</u> в заливе цветет и<br/>пахнет</p> <p><u>Вода</u> теплая по<br/>монгольским меркам,<br/>чиста</p> <p><u>вода</u> из холодной<br/>превращается в очень</p> |

|     |                  |       |                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----|------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                  |       |                                                                                                                                                                                  | тёплую                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 7.  | Гоби/<br>пустыня | 17/11 | Большое, не<br>заселенное людьми<br>пространство,<br>лишенное раститель-<br>ности или со-<br>скудной<br>растительностью                                                          | <p><u>Гоби</u> – страна чудес</p> <p>Ты говорил, что <u>Гоби</u> –<br/>самое сухое место в<br/>мире</p> <p>Забавно, но название<br/><u>Гоби</u> в переводе с<br/>монгольского означает<br/>«безводное место»</p> <p>Кругом была самая<br/>настоящая плоская<br/><u>пустыня</u>, с редкой<br/>травой, песок</p> <p>позволяет <u>пустыня</u></p> <p><u>Пустыня Гоби</u>, как<br/>место для кайт-походов<br/>с использованием багги,<br/>очень сложна</p> <p>ездят очень редко-<br/><u>пустыня</u>, тяжёлая дорога</p> |
| 8.  | песок            | 24    | Рыхлая осадочная<br>горная порода,<br>состоящая из зерен<br>кварца, полевых<br>пшатов и мелких<br>частиц иных<br>твердых минералов.<br>Пространства, покры-<br>тые такой породой | <p><u>Песок</u> крупный и<br/>рыхлый, колеса вязнут</p> <p><u>песок</u> мокрый, как на<br/>пляже</p> <p><u>Песок</u> рыхлый, немного<br/>страшно</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 9.  | река/<br>речка   | 24    | Постоянный водный<br>поток значительных<br>размеров с ес-<br>тественным<br>течением поруслу<br>от истока до устья.                                                               | <p>.....и дальше <u>река</u><br/>становилась все<br/>полноводнее и<br/>полноводнее.</p> <p>...сперва стало сыро,<br/>потом мокрое место<br/>стало лужей, потом<br/>рекой.</p> <p>...река, имеющая<br/>начало в горах, а конец<br/>перед носом, движется<br/>прямо на меня!</p>                                                                                                                                                                                                                                      |
| 10. | степь            | 23    | Безлесное, бедное<br>влагой и обычно                                                                                                                                             | За спиной шум и топот,<br>- табун лошадей сходу                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|     |        |    |                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----|--------|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |        |    | ровное пространство с травянистой растительностью в зоне сухого климата                                                           | забегает в воду, быстро пьет, и как по команде убегает назад, в <u>степь</u> .<br><br><u>степь</u> достаточно ровная<br><br>поехали куда-то в <u>степь</u><br><br><u>степь</u> с пучками жалкой травы                                                                                                                                                                                                                                         |
| 11. | утром  | 17 | в утреннее время.                                                                                                                 | <u>Утром</u> дует на фляга, с неба слегка побрызгивает<br><br><u>Утром</u> лишь рассвело, снимаемся.<br><br><u>утром</u> посмотрим, оно мудренее.<br><br><u>Утром</u> собираем лагерь<br><br><u>Утром</u> , набрав с собой бутербродов и поставив новую флэшку в фотоаппарат, идем снимать красоты<br><br><u>Утром</u> бегу делать снимки<br><br><u>Утром</u> разбудили крики лебедей<br><br><u>утром</u> уезжаем<br><br><u>Утром</u> поехали |
| 12. | пейзаж | 13 | Общий вид какой-н. местности<br>Рисунок, картина, изображающая виды природы, а также описание природы в литературном произведении | фотографирование <u>пейзажей</u> на восходе<br><br>снимаем <u>пейзажи</u><br><br>далеко не так хорош: унылый <u>пейзаж</u><br><br>Хороший кусок хлеба для фотографа- <u>пейзажиста</u>                                                                                                                                                                                                                                                        |

|                 |              |            |                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------|--------------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 |              |            |                                                                                                         | Закат встречать полез<br>на скалы, <u>пейзажи</u><br>удались на пятерку.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 13.             | перевал      | 13         | Наиболее низкое<br>место в<br>горном хребте,<br>доступное для<br>перехода; дорога<br>через такое место. | каменистый <u>перевал</u><br>возле <u>перевала</u> Орохын-<br>Даба<br>на <u>перевале</u> Бумбатын-<br>Даба                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                 | <b>Итого</b> | <b>448</b> |                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Монголия</b> |              |            |                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 15.             | Монголия     | 119        | страна                                                                                                  | <u>Монголия</u> мне<br>понравилась<br><br><u>Монголия</u> , в поисках<br>ветра<br><br><u>Монголия</u> – интересная<br>страна,<br><br><u>Монголия</u> – страна<br>пейзажей<br><br><u>Монголия</u> – страна<br>животноводов-<br>кочевников<br><br><u>Монголия</u> . Русский<br>путь в Тибет.<br><br><u>Монголия</u> отправилась<br>в лист ожидания.<br><br><u>Монголия</u> -это<br>страна, где можно жить<br>в палатках месяца 4 или<br>5<br><br><u>Монголия</u> выглядит не<br>слишком высокогорной |
| 16              | город        | 89         | Крупный<br>населенный<br>пункт, администрати<br>вный, торговый,<br>промышленный и<br>культурный центр.  | маленький <u>город</u><br>добиться до <u>города</u><br>выйти за <u>город</u><br>выбираться из <u>городов</u><br>въезды в <u>города</u><br>монгольский <u>город</u><br>среднеазиатский<br><u>городок</u>                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|     |             |    |                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----|-------------|----|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |             |    |                           | <p>небольшой <u>городок</u><br/> живописный <u>городок</u><br/> красивый вид на<br/> раскинувшийся вдали и<br/> внизу <u>город</u><br/> хороший вид на <u>город</u><br/> хороший обзор на <u>город</u></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 17. | монгольский | 83 | принадлежащий<br>Монголии | <p><u>монгольский</u> отпуск<br/> первый и последний<br/> <u>монгольский</u> космонавт<br/> <u>монгольский</u> травяной<br/> чай, <u>монгольский</u><br/> шоколад</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 18. | Улан-Батор  | 69 | столица Монголии          | <p><u>Улан-Батор</u> производит<br/> впечатление<br/> многолюдного города<br/> этот <u>город</u> не похож на<br/> китайские<br/> <u>город</u> не напоминает<br/> сплошной магазин</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 19. | монгол      | 62 | житель Монголии           | <p>улыбающийся <u>монгол</u><br/> со мной разговаривался<br/> <u>монгол</u> на хорошем<br/> русском<br/> любой <u>монгол</u> в<br/> солидном возрасте<br/> говорит по-русски.<br/> Ну и, конечно же,<br/> окунуться в мир<br/> кочевой жизни: побыть<br/> немножко <u>монголом</u>,<br/> Они не такие. Они<br/> другие. Они нам<br/> нравятся. Потому что<br/> они "наши".<br/> Они такие же<br/> безбашенные. Они<br/> такие же добрые<br/> впережку с<br/> жестокостью. Их песни<br/> напоминают свою<br/> лиричность наши.<br/> Они любят свободу,<br/> безграничное<br/> горизонтальное<br/> пространство в отличие<br/> от искусственного и</p> |

|                 |              |            |                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------|--------------|------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 |              |            |                                                                 | ограниченного вертикального пространства больших городов. Пространство даёт свободу.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                 | <b>Итого</b> | <b>422</b> |                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>дорога</b>   |              |            |                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 21.             | дорога       | 119        | Полоса земли, предназначенная для передвижения, путь сообщения. | <p><u>дорога</u> как <u>дорога</u><br/> <u>Дорога</u> грунтовая, вся разбитая<br/> <u>Дорога</u> обрывается, - так же внезапно, как и началась.<br/> <u>Дорога</u> как скатерть, но все дальше и дальше уводит нас от цели.<br/> Едва заметная <u>дорога</u> петляет в степи, ни одной машины навстречу.<br/> По мере подъема <u>дорога</u> становится хуже и хуже незаметно <u>дорога</u> начала таять<br/> <u>Дорога</u> проходит вблизи красивого четырехтысячника с белоснежными вершинами<br/> Сначала <u>дорога</u> была хороша<br/> <u>Дорога</u> до Ховда показалась эпической</p> |
| 22.             | путь         | 15         | То же, что дорога                                               | <p><u>Держим путь в пустыню!</u><br/> <u>трогаемся в путь.</u><br/> Завтракаем и в <u>путь</u></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 23.             | маршрут      | 15         | Путь следования. М. перелета. М. для путешествия.               | <p>стал вырисовываться <u>маршрут</u> по Монголии<br/> Разделить тяготы этого непростого <u>маршрута</u> согласилась моя жена<br/> маршрут <u>прокладываем</u></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 24.             | путешествие  | 6          | Поездка или передвижение пешком по каким-н.местам, странам      | <p>Конечно же, <u>путешествие</u> получилось насыщенным</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                 | <b>Итого</b> | <b>156</b> |                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>движение</b> |              |            |                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                |                                                                     |                         |                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 26.            | ехать/<br>поехать/<br>доехать/<br>уехать/<br>подъехать/<br>проехать | 78/20/<br>15/11/<br>9/9 | Отправиться в путь,<br>направиться куда-н.<br>на чем-н                                                                             | сразу <u>выехать</u> не<br>удалось<br>Сейчас <u>ехать</u> в<br>Монголию это как из<br>Москвы сгонять в<br>Дмитров<br>Теперь не страшно<br><u>проехать</u> до конца<br>пляжа<br>огромные лужи не<br><u>объехать</u>                                                     |
|                | <b>Итого</b>                                                        | <b>142</b>              |                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <i>религия</i> |                                                                     |                         |                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 28.            | монастырь                                                           | 67                      | Религиозная община<br>монахов или<br>монахинь,представл<br>яющая собой<br>отдельную<br>церковно-хозяй-<br>ственную<br>организацию. | <u>Монастырь</u> , как<br><u>монастырь</u> .<br><u>монастырь</u> ,который<br>выглядел более<br>старым,и более<br>привлекательным,но<br>был закрытым,выглядел<br>заброшенным<br>старый <u>монастырь</u> ,в<br>котором сейчас хоть и<br>небольшой,но<br>интересный музей |
| 29.            | храм                                                                | 33                      | здание для<br>богослужения,<br>церковь.                                                                                            | Во внутрь <u>храма</u> можно<br>зайти                                                                                                                                                                                                                                  |
| 30.            | буддийский                                                          | 14                      | религиозное<br>течение                                                                                                             | действующий<br><u>буддийский</u> храм<br><u>буддийский</u> комплекс<br>Как там, так и здесь<br>пребывают главные<br>святыни <u>буддийского</u><br>мира.                                                                                                                |
| 31.            | монах                                                               | 9                       | Принадлежащий к<br>религиозной<br>общине,представля<br>ющей собой<br>отдельную<br>церковно-хозяй-<br>ственную<br>организацию.      | вернулись <u>монахи</u><br>Ну куда же без <u>монахов</u><br>в монастыре<br>Старший <u>монах</u><br>произвёл приятное<br>впечатление,пригласил<br>в соседнюю<br>юрту,предложил<br>еды,чая.                                                                              |
|                | <b>Итого</b>                                                        | <b>123</b>              |                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <i>Россия</i>  |                                                                     |                         |                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 34.            | русский                                                             | 46                      | относящийся к<br>России                                                                                                            | И с большим<br>облегчением и<br>радостью перешёл на                                                                                                                                                                                                                    |

|               |              |           |                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------|--------------|-----------|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               |              |           |                           | <p><u>русский</u></p> <p>его <u>русский</u> с каждой минутой становился все лучше и лучше – мастерство не пропьешь.</p> <p><u>Русский</u> народ тоже добрый и лиричный, как монголы.</p>                                                                                                                                                 |
| 35.           | Россия       | 22        | страна                    | <p>Много <u>российских</u>, китайских и корейских товаров, встречаются и украинские.</p> <p>Парень изучает русский язык, мечтает пожить в <u>России</u>.</p> <p>парень весьма дружески был настроен как к русским, так и к <u>России</u> в целом</p>                                                                                     |
| 36.           | по-русски    | 18        | говорить на русском языке | <p>монгол, спрашивает по-русски</p> <p>Она это сделала безвозмездно и с видимым удовольствием — ей хотелось поговорить <u>по-русски</u>. Она работала с Россией лет много назад</p> <p>она хорошо говорит <u>по-русски</u></p> <p>Мне кажется, они специально монгольские конфеты <u>по-русски</u> называют, чтобы лучше раскупались</p> |
| 37.           | Улан-Удэ     | 8         | город в России            | Улан-Удэ - Улан-Батор и обратно                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|               | <b>Итого</b> | <b>94</b> |                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>оценка</b> |              |           |                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 39.           | далёкий      | 27        |                           | <p>показала рукой куда-то <u>далеко-далеко</u></p> <p>Вот такие чудеса в <u>далекой</u> солнечной Монголии.</p> <p>Вкус <u>далекого</u> детства, уже и забыл</p>                                                                                                                                                                         |

|                 |           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------|-----------|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 |           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                            | Тэлмэн-Нур оказался <u>далеко не так хорош</u> : унылый пейзаж, не очень чистая вода, выпас скота по всей береговой линии.                                                                                                                                                          |
| 40.             | чистый    | 22 | 1. Освобожденный от грязи, каких-н. наслоений, не имеющий грязи.<br>2. перен.<br>Нравственно безупречный, честный, правдивый.<br>3. полн. ф.<br>Имеющий свободную, открытую, ничем не занятую поверхность.<br>4. полн. ф. Не содержащий ничего постороннего, без примесей. | четыре километра <u>чистого</u> песка<br><u>чистое</u> озеро с прозрачной водой<br>Вода настолько <u>чиста</u> , что на глубине видно дно, кажется, что катаешься над какой-то бездной<br>кристально <u>чистая</u> вода<br><u>не очень чистая</u> вода<br><u>Сравнительно</u> чисто |
| 41.             | красивый  | 13 | Доставляющий наслаждение взору, приятный внешним видом, гармоничностью, стройностью, прекрасный.                                                                                                                                                                           | <u>Красивый</u> ландшафт<br><u>красивый</u> вид<br><u>красивый</u> пляж                                                                                                                                                                                                             |
| <b>культура</b> |           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 42.             | юрта      | 34 | У нек-рых кочевых народов Азии и Южной Сибири: переносное, конусообразной формы жилище, крытое кошмами, звериными шкурами                                                                                                                                                  | <u>юрточные</u> городки<br><u>юрта</u> , где всегда тепло, и привычно!<br>обычная <u>юрта</u><br>Ещё есть <u>юрта</u> -храм                                                                                                                                                         |
| 43.             | Чингисхан | 17 | историческая личность                                                                                                                                                                                                                                                      | все стандартно, за исключением статуи <u>Чингисхана</u><br>Монголия вновь <u>вочингисханилась</u> , встала на дыбы.<br><u>Чингисхан</u> для монголов образца 2006 года - это "наше всё".<br>Скоро вся страна будет                                                                  |

|     |            |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----|------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |            |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                     | называться<br><u>Чингисханией.</u><br>площадь <u>Чингисхана</u><br>монумент <u>Чингисхану</u><br>на статую <u>Чингисхана</u>                                                                                                                                               |
| 44. | статуя     | 12 | Скульптурное<br>(обычно в полный<br>рост или<br>более)изображение<br>человека,<br>животного, реже -<br>фантастического<br>существа.                                                                                                                                                 | <u>Статуя</u> Майдари<br>Эта <u>статуя</u> имеет до 5<br>сажен вышины<br>Огромная <u>статуя</u> среди<br>степи<br>возвышается 26-<br>метровая позолоченная<br><u>статуя</u>                                                                                                |
| 45. | музей      | 9  | Учреждение,<br>занимающееся<br>сбором, изучением,<br>хранением<br>экспонированием<br>предметов -<br>памятников<br>естественной<br>истории,<br>материальной и<br>духовной культуры,<br>а также<br>просветительской и<br>популяризаторской<br>деятельностью                           | интересный <u>музей</u><br>монастырь- <u>музей</u>                                                                                                                                                                                                                         |
| 46. | скульптура | 8  | 1.Искусство<br>создания<br>объемных<br>художествен<br>ныхпроизвед<br>ений путем<br>резьбы,<br>высекания,<br>лепки или<br>отливки,<br>ковки,<br>чеканки.Зани<br>маться<br>скульптурой.<br>2.<br>Произведени<br>е такого<br>искусства, а<br>также<br>(собр.)совок<br>упность<br>таких | Он создал в своих<br><u>скульптурах</u> , отлитых<br>из бронзы,<br>собрательные образы<br>тантрических божеств,<br>многие главные<br>святыни в разных<br>монастырях,<br>выразительные<br><u>скульптуры</u> ,<br>соответствующие всем<br>требованиям<br>буддийского канона. |

|                 |                           |           |                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------|---------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 |                           |           | произведени<br>й                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 47.             | достопримечате<br>льность | 5         | Место или<br>принадлежащий<br>какому-н. месту<br>предмет,<br>заслуживающие<br>особого внимания | главная "религиозная"<br><u>достопримечательность</u><br>при желании,и там<br>можно<br><u>достопримечательность</u><br><u>достопримечательность</u> .                                                                                                                                                                                                               |
|                 | <b>Итого</b>              | <b>85</b> |                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>действие</b> |                           |           |                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 49.             | найти/искать              | 32        | Стараться найти,<br>обнаружить                                                                 | <u>найти</u> дешёвую<br>харчевню<br><br>Мы отправились в этот<br>отель. <u>Найти</u> его не<br>составило труда<br>Также попытаюсь дать<br>информацию, которую<br>не смог <u>найти</u> перед<br>поездкой<br>Нужно <u>найти</u> проход<br><br>Тяжело <u>найти</u> чистую<br>площадку<br>переночевать <u>найти</u> не<br>проблема<br><u>найти</u> место для<br>палатки |

В результате мы выделили 49 ключевых слов, формирующие образ Монголии в отзывах российских туристов и объединили их в тематические группы. Определение тематическая группа представлено в Словаре лингвистических терминов [50]. Таким образом были выделены тематические группы: *природа, Монголия, дорога, движение, религия, Россия, оценка, культура, действие*. Далее проранжировали их по частотности словоупотреблений. Наиболее частотной оказалась группа *природа*, это доказывает то, что, прежде всего туристов привлекает в Монголии её природа. Хотя разные природные явления и объекты вызывают разные реакции. Так, ветер, это с одной стороны мощная стихия, восхищающая авторов, в одном из отзывов турист даже использует заглавную букву в его номинации: *Ветер / Ай да Ветер, не на шутку я его завел*. С другой стороны человек бессилён перед его могуществом: *меня выдергивает в небо / Ветер порвет меня на ветошь*. И эта

притягательная страшная сила отражена в названии одного из отзывов: *Монголия, в поисках ветра*.

В отзывах реализуются стереотипные интерпретации времени суток. Так ночь – это время, когда происходит нечто жутковатое: *ночью штормило / ночью атмосфера пришла в движение / беспокойная ночь*. А утро – это начало движения вперед: *утром снимаемся / утром бегу делать снимки / утром снимаемся / утром поехали / утром посмотрим, оно мудренее*. Вечер – время расслабления и планов *Холодными зимними вечерами я смотрю на карту и планирую путешествие*.

Очень часто при описании уникальной природы Монголии туристы используют превосходную степень прилагательных и метафоры: *величайшее / самое большое / очень красивое / самое высокогорное / кристально чистая вода*. Самые частотные оценочные прилагательные: *далекий, чистый, красивый*.

Но в отзывах отражены и негативные оценки. Так традиционно считается, что степи Монголии – это её визитная карточка. Но на форуме очень сдержанные реакции: *степь с пучками жалкой травы, степь достаточно ровная*.

Следует выделить отдельно тематическую группу *дорога*, представленную словами: *дорога, путь, маршрут, путешествие*. *Дороги – направления / Дорога обрывается, - так же внезапно, как и началась / Эпическая дорога / непростой маршрут*.

Туристы отмечают, что культурные связи между Россией и Монголией живы и по сей день. Это отражается и в языке: *с радостью перешёл на русский / парень изучает русский язык, мечтает пожить в России / она это сделала безвозмездно и с видимым удовольствием — ей хотелось поговорить по-русски*.

Авторы выражают субъективную оценку и стараются сделать вывод: *Монголия мне понравилась / Монголия – интересная страна / Монголия – страна пейзажей*.

Рассмотрим языковые средства репрезентации образа Монголии в отзывах российских туристов, побывавших в этой стране.

Монголия в отзывах российских туристов представлена как страна контрастов. С одной стороны, это страна с многовековыми традициями, с богатой историей, а с другой – почти не затронутая цивилизацией. Именно этот контраст определяет самобытность страны.

*Может быть это хорошо, а может быть плохо, но Монголию почти не затронула цивилизация. <http://tonkosti.ru>.*

*Удивительная страна Монголия. Я бы сказала страна контрастов. (<http://tonkosti.ru>).*

*От Монголии остались отличные воспоминания. Здесь соседствуют укрепившиеся веками традиции с современным укладом жизни. (<http://tonkosti.ru>).*

Монголия – родина Чингисхана

*В Монголии сплошь и рядом встречаются надписи «Их Монгол», что в переводе значит «Великая Монголия». Собственно, Великая Монголия, которая от Тихого океана до Каспия, и которая была создана Чингиз Ханом, она и есть национальная монгольская идея (<http://reports.travel.ru/letters/mongolia/>)*

*С точки зрения автором отзывов на «Форуме Винского», Монголия вновь вочингисханилась, встала на дыбы / Чингисхан для монголов образца 2006 года - это «Наше всё» / Скоро вся страна будет называться Чингисханией.*

Несмотря на некоторые совпадения в ключевых объектах описания тексты рекламы на туристических сайтах обладают отличием. Основная коммуникативная цель рекламных текстов туристического субдискурса: привлечь внимание к направлению туризма через информирование. Мы проанализировали статьи о Монголии, размещенные на сайтах туристических фирм.

Основное отличие рекламных текстов - обилие эпитетов и метафор. Самая распространенная - «Монголия - страна вечно синего (голубого) неба». Наиболее частотны в описании Монголии прилагательные с общим значением «чистота»: это и превосходная степень - «чистейшие», и образные «девственный», «нетронутый», и усиленное наречием «идеально чистый», а

также «мало затронутый цивилизацией», «дикий». Определения к слову природа: девственная, нетронутая людьми, уникальная, поразительная. Особенностью этой природы являются степи и горы. Степи: бескрайние, изумрудные, просторы. Горы: заснеженные пики, величественные. Местные жители: гостеприимство, музыкальная культура, самобытное местное население, кочевники. И, наконец, несмотря на то, что авторы текстов о Монголии используют один и тот же исходный материал и есть явные пересечения образных средств, в выводах они остаются оригинальными: Монголия — это: обескураживающий микс; бескрайние изумрудные степи и чистейшие синие озера, заснеженные пики Алтая и жаркие просторы пустыни Гоби, великолепные памятники буддизма и ожившая история Чингисхана; настоящий рай для любителей рыбалки и верховой езды; страна загадок, кочевников и вечно синего неба; страна практически дикого экстремального туризма; мир поразительной природы, бескрайних степей и пустынь, кочевий и юрт; бесценная находка для искушенных путешественников и искателей приключений. И это несомненная задача авторов подобных текстов: эксплуатировать устойчивые представления об образе в закрепившихся метафорах и эпитетах, но в выводе - выделить текст своей компании, что сделает его незабываемым в сознании читателя. Причем, обратим внимание не то, что разные тексты дают интенции для разных типов потенциальных покупателей туров: любителям экстремального туризма - одно, любителям охоты и рыбалки - другое.

В рекламных текстах на сайтах туристических компаний можно выделить следующие особенности представления Монголии:

1. Монголия – уникальная страна, сумевшая сохранить самобытность: *это один из последних мало затронутых цивилизацией уголков планеты, прекрасная «страна синего неба», удивительная атмосфера настоящего исследования* (<http://www.otkrytie.ru/mongolia-hotel.htm>); *иногда поездки сюда называют путешествием в прошлое* (<http://www.tursvodka.ru/countries/mongolia/#details>)
2. Монголия – страна с уникальной природой: *мир поразительной природы, бескрайних степей и пустынь, кочевий и юрт, красота дикой природы, яки и*

верблюды, самая известная пустыня региона – красочная Гоби (<http://www.otkrytie.ru/mongolia-hotel.htm>); бескрайние степи и изумрудные равнины, чистейшие реки и озёра, буквально кишащие аппетитными холоднокровными, бесконечные равнины, обрамлённые далёкими вершинами гор, широкие просторы, где на многие сотни километров не увидишь ни дома, ни какого бы ни было огороженного участка, высочайшие вершины Алтая с потрясающим видом сразу на три страны: Россию, Монголию и Китай (<http://tonkosti.ru>);

3. Монголия – страна с уникальной культурой: буддийские храмы, значимые достопримечательности культуры и истории страны: дворец последнего Богды-хана, монастырь Гандан с одной из крупнейших в мире статуй стоящего Будды, музей естественной истории с редкими скелетами динозавров, монументы истории современной, столица Чингисхана – Каракорум (<http://www.otkrytie.ru/mongolia-hotel.htm>); великолепные памятники древней и современной истории человечества, монастыри, многие из которых являются значимыми центрами мирового буддизма, символ страны – великолепный монастырь Эрдэнэ, известный своей стеной со 108 ступами, многочисленные наскальные рисунки – их галереи тянутся более чем на 20 км! (<http://tonkosti.ru>);

4. Монголия – страна с развивающейся туристической инфраструктурой: Туристическая инфраструктура развита в Монголии на удивление хорошо, особенно для такой на первый взгляд консервативной страны. По стране проложено множество вариантов экскурсионных маршрутов, размещение – весьма комфортное, иные юрты превосходят отели по степени удобства. В придачу из Москвы до Улан-Батора ежедневно отправляются прямые рейсы (<http://tonkosti.ru>); в последнее время страна активно развивает туристическую инфраструктуру, для туристов страна привлекательна в первую очередь огромными просторами, возможностью посмотреть быт кочевников, пожить в юрте, совершить автопробег по пустыне, и поймать знаменитого хариуса в одном из озер (<http://www.tursvodka.ru/countries/mongolia/#details>).

Таким образом, Монголия в рекламных туристических текстах представлена как привлекательная для российских туристов страна с уникальным природным ландшафтом, самобытной культурой, не затронутой цивилизацией, с богатой историей. В рекламных текстах используется большое количество прилагательных (*прекрасный, удивительный, поразительный, потрясающий, великолепный, значимый, огромный, знаменитый*), в том числе, превосходная степень (*самая известная пустыня, чистейшие реки и озера, высочайшие вершины, крупнейшая в мире статуя стоящего Будды*). Данные лексические средства призваны убедить и заинтересовать будущих клиентов в привлекательности туризма в Монголии.

.

### 2.3. Особенности вербализации образа Монголии в новостном субдискурсе

По мнению ученых, тексты новостей являются частью «национального культурно-идеологического контекста как результата культурно-речевой деятельности народа» [41. С. 194]. Т.Г. Добросклонская выделяет типологические особенности новостного медиатекста, такие как формат, клишированность, композиция, большое количество глаголов и пассива, личность автора дистанцирована [49].

Для выявления ключевых слов, репрезентирующих образ Монголии в новостном Интернет-субдискурсе мы провели контент-анализ 10 текстов новостей, размещенных на сайте «Монголия сейчас» <http://www.mongolnow.com>. Общее количество слов 1919. Тексты новостей в отличие от отзывов более краткие. Результаты представлены в Таблице 2. В связи с клишированностью и маркированностью текстов новостей, ключевые слова представлены всего лишь 38 контекстами, которые повторяются в нескольких текстах. Новости чаще всего бесстрастны и неэмоциональны. В центре – основное событие факт. Но в целом коннотации положительные: преобладает лексическая группа *сотрудничество*.  
Таблица 2. Лексическая репрезентация образа Монголии в русскоязычном новостном субдискурсе.

| №                     | Ключевое слово | Частотность | Словарная<br>дефиниция<br><a href="http://slovarozhegova.ru/">http://slovarozhegova.ru/</a> | Контекст                                                                                                                                                |
|-----------------------|----------------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>сотрудничество</i> |                |             |                                                                                             |                                                                                                                                                         |
| 1.                    | сотрудничество | 21          | совместная работа, когда действуют вместе, принимают участие в общем деле.                  | Способ решения такой проблемы - региональные отношения и <u>сотрудничество</u><br><br>наше <u>сотрудничество</u><br><br><u>Сотрудничество</u> в области |
|                       | между          | 13          | Служит для указания на нахождение, совершение, утверждение чего-н. в                        | <u>между</u> министерствами сельского хозяйства двух стран                                                                                              |

|                           |                   |           |                                                                                                                                                                                 |                                                                                        |
|---------------------------|-------------------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
|                           |                   |           | среде, группе (людей).                                                                                                                                                          | <u>между</u> Монголией и Россией.                                                      |
| 2.                        | соглашение        | 12        | 1. Взаимное согласие (во 2 знач.), договорённость.<br>2. Договор, устанавливающий какие н. условия, взаимоотношения, права и обязанности сторон.                                | <u>Соглашение</u> о сотрудничестве<br><br><u>Соглашение</u> будет способствовать       |
| 3.                        | международный     | 7         | Касающийся отношений между народами, государствами, связей между ними.                                                                                                          | <u>Международный</u> форум                                                             |
| 4.                        | совместный        | 7         | Осуществляемый вместе с кем чем н., общий.                                                                                                                                      | <u>совместный</u> завод.                                                               |
| 5.                        | массовый          | 6         | Совершаемый большим количеством людей, свойственный массе людей. Производимый в - большом количестве, распространяющийся на множество, многих. Предназначенный для широких масс | <u>массовые</u> коммуникации                                                           |
| 6.                        | Монголия - Россия | 6         | отношение двух стран                                                                                                                                                            | между Министерством иностранных дел <u>Монголии</u> и Минкомсвязи <u>России</u>        |
| 7.                        | договориться      | 4         | прийти к соглашению после переговоров, обсуждения.                                                                                                                              | мы <u>договорились</u><br><u>договорились</u> создать<br><u>договорились</u> расширять |
|                           | <b>Итого</b>      | <b>82</b> |                                                                                                                                                                                 |                                                                                        |
| <b>Монголия</b>           |                   |           |                                                                                                                                                                                 |                                                                                        |
| 8.                        | Монголия          | 34        | страна                                                                                                                                                                          | <u>Монголия</u> и РФ подписали<br><u>Монголия</u> должна предпринять                   |
| 9.                        | страна            | 21        | Территория, имеющая собственное государственное управление или управляемая другим государством.                                                                                 | <u>страна</u> владеет                                                                  |
|                           | монгольский       | 15        | тот, который в Монголии                                                                                                                                                         | <u>монгольская</u> сторона<br><u>монгольская</u> система                               |
|                           | <b>Итого</b>      | <b>70</b> |                                                                                                                                                                                 |                                                                                        |
| <b>«активная» лексика</b> |                   |           |                                                                                                                                                                                 |                                                                                        |
| 10.                       | подписать         | 9         | Подтвердить, заверить,                                                                                                                                                          | Было <u>подписано</u>                                                                  |

|     |                 |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                       |
|-----|-----------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
|     |                 |   | поставив подпись.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <u>подписанному документу</u><br><u>Подписание состоялось</u>         |
| 11. | работа          | 9 | Занятие, труд, деятельность.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | успешно продвигается <u>работа</u>                                    |
| 12. | развитие        | 8 | Процесс закономерного изменения, перехода из одного состояния в другое, более совершенное; переход от старого качественного состояния к новому, от простого к сложному, от низшего к высшему.                                                                                                                                                       | активное <u>развитие</u> и результативность имеющихся отношений       |
| 13. | принять участие | 8 | участвовать                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <u>принять участие</u> в Саммите<br><u>принять участие</u> в Форуме   |
| 14. | коммуникация    | 7 | 1. Путь сообщения, линия связи (спец.).<br>2. Сообщение, общение (книжн.). Речь как средство коммуникации. Средства массовой коммуникации (печать, радио, кино, телевидение).                                                                                                                                                                       | в программе развития <u>коммуникации</u> массовых <u>коммуникаций</u> |
| 15. | распространение | 5 | 1. Сделать обширнее, больше (книжн.).<br>2. Пропагандируя что-нибудь, сделать доступным для многих, дать возможность усвоить что-нибудь.<br>3. Сообщить, сделать известным для многих. Наполнить окружающий воздух запахом чего-нибудь.<br>4. Сделать более длинным, пространным.<br>5. Продать, раздать в каком-нибудь количестве среди населения. | совместное <u>распространение</u>                                     |
| 16. | расширение      | 5 | 1. Сделать более широким, более обширным.<br>2. Увеличить в числе, в объеме.                                                                                                                                                                                                                                                                        | <u>Расширение</u> сотрудничества                                      |

|               |                    |           |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                              |
|---------------|--------------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               |                    |           | 3.Сделать более широким по содержанию, усилить, углубить.                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                              |
| 17.           | реализация         | 5         | Сделать (делать) реальным, осуществить (осуществлять), провести (проводить) в жизнь                                                                                                                       | <u>реализация</u> программы                                                                                                                                  |
|               | <b>Итого</b>       | <b>61</b> |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                              |
| <b>сфера</b>  |                    |           |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                              |
| 18.           | экономический      | 13        | Относящийся к экономике                                                                                                                                                                                   | <u>экономический</u> форум                                                                                                                                   |
| 19.           | информационный     | 9         | 1. Сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах, воспринимаемые человеком или специальным устройством (спец.).<br>2. Сообщения, освещающие о положении дел, о состоянии чего-н.              | распространения <u>информации</u><br>В современном <u>информационном</u> мире<br>достоверная <u>информация</u><br>бороться с <u>информационными</u> вбросами |
| 20.           | сельское хозяйство | 8         | отрасль хозяйства, направленная на обеспечение населения продовольствием (пищей, едой) и получение сырья для ряда отраслей промышленности ( <a href="http://dic.academic.ru">http://dic.academic.ru</a> ) | <u>сельскохозяйственного</u> сектора                                                                                                                         |
| 21.           | мясо               | 5         | продукт питания                                                                                                                                                                                           | <u>мясоперерабатывающий</u> завод                                                                                                                            |
|               | <b>Итого</b>       | <b>35</b> |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                              |
| <b>Россия</b> |                    |           |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                              |
| 22.           | Россия             | 14        | страна                                                                                                                                                                                                    | <u>Россия</u> является не только географическим мостом Азии и Европы, но мостом культуры и историей двух континентов, доказательством которого стал ПМЭФ.    |
| 23.           | русский            | 10        | тот, который относится                                                                                                                                                                                    | Он пригласил инвесторов, особенно                                                                                                                            |

|  |              |           |          |                                                                                                                                              |
|--|--------------|-----------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |              |           | к России | российских, с которыми Монголия многие годы вела успешный бизнес, в том числе в сферах сельского хозяйства, инфраструктуры, энергетики и др. |
|  | <b>Итого</b> | <b>24</b> |          |                                                                                                                                              |

Всего выделено 23 ключевых слова. Благодаря использованию «активной» лексики глаголов и отглагольной лексики: *развитие / распространение / реализация* формируется динамичный образ Монголии, а в сочетании с лексикой «сотрудничества»: *договариваться / соглашение / сотрудничество / между* этот образ можно интерпретировать как страна, готовая развивать различные формы взаимодействия с другими государствами. Конечно, в русскоязычных текстах новостей транслируется идея страны-партнера, России, с которой связываются перспективы в развитии торгово-экономических связей. Следует отметить частотность используемых устойчивых словосочетаний: *принимать участие / решать проблемы / подписать ряд документов*, характерных для новостных текстов в целом. А также фразеологизмов и метафорических конструкций: *камень преткновения / нам остается только гадать / географический мост / мост культуры*. Это дополняет эмоциональности образу Монголии и текстам в целом.

Помимо этого, новостной субдискурс в работе представлен также лингвосмысловым анализом 30 текстов, размещенных в новостной ленте различных сайтов. На первом этапе исследования мы проанализировали заголовки публикаций. Отметим, что в 11 названиях «Монголия» - активный субъект действия: Монголия готова накормить, объяснила, хочет присоединиться, рассчитывает на..., вошла в топ..., объявила, надеется, задумалась. Следующая группа заголовков позиционирует «сотрудничество», где два равно-правных субъекта: Россия и Монголия, Томская область и Монголия, Республика Бурятия и Монголия. Отметим различие в лексическом

выражении отношений Россия - Монголия российскими и зарубежными сайтами. Сопоставим заголовок одной и той же новости: «Россия и Монголия настроены на дальнейшее укрепление дружбы» (Rambler News, Россия) «Россия и Монголия настроены на предстоящее укрепление дружбы (Belrynok, Беларусь). Российский сайт говорит о динамике развития процесса, белорусский - лишь о его начале.

Существуют различия в использовании глагольной лексики в заголовках статей по поводу одной и той же новости на официальных сайтах центральных изданий и региональных новостных сайтах. Например: «Посол Монголии назвал...» (РИА Новости), «Посол Монголии рассказала...» (Федеральное агентство политических новостей), «Посол Монголии поведала...» (UnionNews.Ru, Новости ASPNOVA). На наш взгляд использование устаревшего «поведала» неуместно в данном контексте. Необходимо отметить, что в целом тексты новостей отличаются краткостью. Особая роль отводится заголовку: основная функция - привлечь читателя на сайт. Здесь «все средства хороши». Например, сравним экспрессивные с оттенком разговорности: «Монголия готова накормить Россию говядиной» (Дейта.RU); «Монголия хочет в ЕврАзЭС. Но ее пока не берут» (newsbabr.com) и сдержанно-официальное: «Посол Монголии в РФ: страна обладает большими возможностями по экспорту мяса в Россию» (ТАСС). Это объясняется ориентацией на потребителей информации. Интернет рассчитан «на всех». Соответственно каждый человек должен найти те формы подачи контента, которые удовлетворят его потребности.

Отдельные заголовки можно назвать провокацией потребителя, которая мотивирует к посещению именно этого сайта. На виртуальной площадке разворачивается достаточно жесткая борьба за «лайки» и «репосты». Усиливает привлекательность заголовка визуализация созданного образа - иллюстрация, фото. Текст новостей предельно лаконичен. Включает цитаты. Заканчивается справкой, позволяющей наиболее точно интерпретировать текст.

Итак, образ Монголии в новостном Интернет-субдискурсе динамичен, благодаря активному использованию глагольной лексики и отглагольных

существительных. Доминантой развития Монголии является стремление к сотрудничеству. Помимо этого, этот образ не лишен эмоциональной окраски благодаря использованию средств художественной выразительности.

## **ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ**

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Лексическая репрезентация образа Монголии в туристическом и новостном субдискурсах обладает существенными отличиями.
2. При анализе образа в туристическом и новостном субдискурсе необходимо учитывать особенности жанров. Так, жанр отзыва предполагает более развернутое описание и содержит как позитивные, так и негативные оценки, выраженный, в том числе и лексическими средствами. Жанр рекламы в туристической сфере предполагает только положительные оценки.
3. В текстах туристического субдискурса образ Монголии формируется в основном оценочными средствами, включая прилагательные в превосходной степени, метафорами, эпитетами, гиперболами
4. В новостном субдискурсе преобладает конкретная лексика, «активная» лексика: глаголы и отглагольные существительные. В связи с чем, мы можем говорить о Монголии как динамично развивающейся стране, расширяющей международное сотрудничество и связи.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Интернет дискурс является видом межкультурной коммуникации, приобретающей глобальные масштабы в коммуникативном пространстве Интернета. Интернет - канал массового межкультурного взаимодействия очень большого количества авторов и адресатов, он дает возможность выражать, в том числе, и свое отношение к фактам, объектам, событиям другой культуры, транслируя свое понимание образа иной страны на массового потребителя информации.
2. При создании и интерпретации текстов Интернет дискурса необходимо учитывать специфику субдискурсов его составляющих, а также жанровую специфику речевых сообщений.
3. Туристический и новостной субдискурсы обладают уникальным набором специфических характеристик, которые оказывают влияние, в том числе и на лексическое наполнение создаваемых текстов, соответственно на содержание и структуру формируемых образов.
4. Образ изучается в лингвистике посредством анализа словарных дефиниций и анализа контекстов, функционирующих в созданных текстах.
5. Образ Монголии, создаваемые в контексте туристического и новостного субдискурсов приобретает, с одной стороны, черты, определяемые соответствующим субдискурсом, с другой стороны – индивидуализируется авторскими представлениями, стилем, словарным запасом.
6. В туристическом субдискурсе проанализированы два жанра: отзыв туриста и реклама, в которых отдельные составляющие образа Монголии интерпретируются по-разному. Так, исследование показало, что для туристического субдискурса в целом наиболее частотными являются ключевые слова, описывающие природу. Но если тексты рекламы используют только положительные коннотации, то отзывы туристов

содержат и негативную оценку. При создании образа подчеркивается дружественное отношение монголов к представителям русскоязычного мира.

7. При помощи контент-анализа проанализированы 10 текстов отзывов туристов с общим количеством слов – 33580. Выделены 49 ключевых слов, которые распределены в 9 тематических групп. Тематические группы проранжированы по частотности словоупотреблений. Установлено, что наиболее частотная тематическая группа – *природа* (448 ед. На основе лингвосмыслового анализа 209 контекстов был сделан вывод о том, что Монголия в отзывах российских туристов представлена как *страна контрастов*. Образ Монголии в отзывах туристов формируется в большей мере посредством использования прилагательных. В туристическом субдискурсе Монголия – это страна уникальной природы и культуры
  8. Для образа Монголии в новостном субдискурсе характерна динамическая составляющая, выраженная глаголами и отглагольными существительными. Ярко выражено также стремление к сотрудничеству и подчеркиваются культурные и экономические связи России и Монголии
- При помощи контент-анализа проанализировано 10 текстов новостей сайта «Монголия сейчас». Общее количество слов 1 919. Выделено 23 ключевых слова. Слова разбиты на тематические группы: *сотрудничество, Монголия, действие, сфера, Россия*. Группы проранжированы по частотности словоупотреблений. Наиболее частотная группа – *сотрудничество* (82 ед.). В туристическом субдискурсе Монголия – это страна уникальной природы и культуры.

## **СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ**

1. Хурэлбаатар Ууган-Эрдэнэ, Салосина И.В. Аспекты реализации образа Монголии в русскоязычном Интернет-дискурсе // IV Международная научная конференция «Международное образование и межкультурная коммуникация: проблемы, поиски, решения»: материалы конференции, г.Томск, 26-27 октября 2016 г. – Томск. – С. 152 – 156.
2. Хурэлбаатар Ууган-Эрдэнэ, Салосина И.В. Монголия глазами русских путешественников // XI Международная студенческая научно-практическая конференция «Иностранный язык и межкультурная коммуникация»: материалы конференции, 28 февраля 2017г. – Томск. – С. 124 – 129.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. – М.: Русский язык, 1990. – 246с.
2. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – 2000. – 146с.
3. Бреславский А. Геополитические образы Монголии в зеркале бурятских СМИ (2000 – 2011гг.) // Власть. – 2013. - № 5. – С. 76 – 78.
4. Огторгуймаа Аюуш. Образ Монгольской народной республики на страницах советской печати в 60 – 80-х годов XX века // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – Т.5. - № 4. – С. 681 – 688.
5. Россия и Монголия: перекрестки культуры: монография / отв. ред. И.В. Фотиева, ред. Н.Г. Барышникова, Л.Н. Лихацкая, Н.С. Царева. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2015. – 224 с.
6. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. — М. : Сов. энциклопедия, 1990. — С. 136—137.
7. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагматический, лингвистический и когнитивный процессы: монография. – Тамбов. – 2007. – 228с.
8. Дейк Т. ван. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. М.: Прогресс, 1989. - 310 с.
9. Кубрякова Е.С. О понятии дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике: обзор // Дискурс, речь, речевая деятельность. Функциональные и структурные аспекты: сборник обзоров. М.: ИНИОН РАН, 2000. - С. 7-25.
10. Олешков М. Ю. Системное моделирование институционального дискурса (на материале устных дидактических текстов): автореф. дисс. ... д. филол. н. Нижний Тагил, 2007. - 38 с.
11. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. - Волгоград: Перемена, 2002. - 477с.

12. Силантьев И. В. Текст в системе дискурсных взаимодействий. - Новосибирск: НГУ, 2004. - 188 с.
13. Шинкаренкова М. Б. Метафорическое моделирование художественного мира в дискурсе русской рок-поэзии: дисс. ... к. филол. н. Екатеринбург, 2005. 306 с.
14. Ключев Ю.В. Дискурс в массовой коммуникации (междисциплинарные характеристики, концепции, подходы) // Вестник СПбГУ. Сер. 9. – 2013. – Вып. 1. – С. 207 – 217.
15. Ширина М.Г. Интернет-коммуникация: исследовательские концепции XXI века. К вопросу формирования категориально-понятийного аппарата // Медиаскоп [Электронный ресурс]. - 2012. - Вып. 2. - Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1081>.
16. Розина И.Н. Технологии исследования и продвижения компьютерно-опосредованной коммуникации // Educational Technology & Society. 2007. Т. 10. № 2. С. 230–245.
17. Тимошук Е.А. Теория дискурса и межкультурная коммуникация // INTER-CULTUR@L-NET [Электронный ресурс]. – 2010. - Вып. 09. – Режим доступа: <http://www.my-luni.ru/journal/clauses/14/>.
18. Буряковская В.А. Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе (на материале русского и английского языков): монография. – Волгоград. – 2014. – 228с.
19. Горина Е. В. Дискурс Интернета: определение понятия и методология исследования // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2014. — № 11 (41), ч. II. — С. 64—67.
20. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. — Волгоград, 2000. — С. 5—20.
21. Водолагин, А. Л. Интернет-СМИ как арена политической борьбы // Общественные науки и современность. – 2002. – № 1. – С. 49-67.

22. Сафина А.Р. Особенности жанров Интернет-СМИ // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2013. - Т. 15, № 2. - С. 226 – 229.
23. Костенко Е.В. Специфические черты сетевого текста как особого вида журналистского творчества // Вестник ВГУ. – 2012. - № 2. – С. 181 – 184.
24. Горина Е. В. Средства дискурсивной защиты и их функции в Интернете // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. - 2013. - № 4. - С. 61-66.
25. Косицкая Ф.Л. Жанровая палитра французского туристического дискурса // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2013. – № 3 (131). – С. 192–194.
26. Говорунова Л.Ю. Отзыв туриста как новый речевой жанр туристического Интернет-дискурса // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. - № 1(292). – Вып. 73. – С. 198 – 203.
27. Стернин И.А., Розенфельд М.Я. Слово и образ. – Воронеж: Истоки, 2008. – 243с.
28. Попова З.А., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. - М. – 2007. – 314с.
29. Бебчук Е.М. Образный компонент в лексическом значении русского существительного : автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 10.02.01 / Воронеж. гос. ун-т.- Воронеж, 1991.- 16 с.
30. Иванищева О.Н. Текст. Культура. Понимание: функционирование слова с культурным компонентом значения в тексте. – 2003. – 127с.
31. Карасева Е.В. Предметно-чувственный компонент значения слова как живого знания : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.19 Тверь, 2007 166 с.
32. Леонтьев А.А. Психолингвистический аспект языкового значения // Вопросы психолингвистики. – 2011. № 1(13). – С. 8 – 30.
33. Василюк Ф.Е. Структура образа // Вопр. психол. – 1993. - № 5. – С. 5-19.
34. Красных В.В. «Свой» среди чужих»: миф или реальность? – М. – 2003. – 375с.

35. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология - М.: Институт психологии РАН, «Академический проект», 1999. – 320 с.
36. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. – 2008. – 224с.
37. Щекотихина И.Н. Стереотип: аспекты и перспективы исследования // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина [Электронный ресурс]. – 2008. - № 5(19). Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/stereotip-aspekty-i-perspektivy-issledovaniya>.
38. Болотнова Н.С. Филологический анализ текста. – Томск. – 2003. – 631с.
39. Петров Ф.Н. Образ Монголии: экспедиционные впечатления // Вестник Челябинского государственного университета. – 2006. - № 3. – С. 115 – 133.
40. Амоголонова Д.Д. Современная бурятская этносфера. Дискурсы, парадигмы, социокультурные практики. – Улан-Удэ. – 2008. – 292с.
41. Константы культуры России и Монголии: очерки истории и теории / под общей редакцией Шишина М.Ю., Макаровой Е.В. – Барнаул. – 2010. – 313с.
42. Богомолова Н.Н., Стефаненко Т.Г. Контент-анализ. М.: Изд-во МГУ, 1992. 60 с.
43. Чернобровкина Е.П. Контент-анализ в лингвистических исследованиях // Вестник Бурятского госуниверситета. 2011. № 11. С. 125 – 129.
44. Тюленева Н. А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе: Дис... канд. филол. наук: / Н.А. Тюленева. – Омск, 2008. – 269 с.
45. Манаев О.Т. Контент-анализ. Описание метода [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/kontent.htm>.
46. Гаврилова М.В. Методы и методики исследования политической коммуникации. СПб.: Изд-во Невского института языка и культуры. 2008. 92 с.
47. Реформатский А.А. Введение в языковедение: учебник для вузов. – М. – 2001. – 536с.
48. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М. – 1990. – 917с.

49. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – 2008. – 203с.
50. Словарь лингвистических терминов [Электронный ресурс]. – 2010. Режим доступа: [http://lingvistics\\_dictionary.academic.ru](http://lingvistics_dictionary.academic.ru).

**Список использованных сайтов**

1. Форум Винского [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://forum.awd.ru>
2. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://tonkosti.ru>
3. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://reports.travel.ru>
4. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.otkrytie.ru>
5. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.tursvodka.ru>
6. Монголия сейчас [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://news.mongolnow.com>
7. Российская газета [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://rg.ru/2016/11/05/mid-rfrossiia-i-mongoliia-nastroeny-na-dalnejshee-ukreplenie-druzhby.html>.
8. РИА Новости [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ria.ru/economy/20161105/1480718859.html>.
9. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://riafan.ru/571676-mongoliya-obyasnila-chtomeshaet-ei-nakormit-rossiyu-myasom>.
10. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://omskzdes.ru/odkb-news/42561.html>.
11. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://deita.ru/news/economy/06.11.2016/5175384-mongoliya-gotova-nakormit-rossiyu-govyadinoy>.
12. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://newsbabr.com/http://newsbabr.com/mong/?IDE=151666>.
13. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ca-news.org/news:1342076>.
14. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://kremlinpress.com/2016/11/07/mongoliyazainteresovana-v-prisoedinenii-k-evrazes-posol-v>.

- 15.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://fapnews.ru/300675-mongoliya-mozhet-voiti-vevrazes>.
- 16.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://topre.ru/2016/11/05/mongoliya-rasschitavaet-narazvitie-otnosheniy-s-rossiey.html>.
- 17.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://tvoygorodpskov.ru/2016/11/330169-mongoliyarasschitavaet-na-razvitie-otnosheniy-s-rossiey.html>.
- 18.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://belrynok.ru/2016/11/rossiyskaya-federaciya-imongoliya-nastroeni-na>.
- 19.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://rns.online/economy/Rossiya-i-Mongoliyanastroeni-na-dalneishee-ukreplenie-druzhbi-2016-11-05>.
- 20.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://tass.ru/ekonomika/3760535>.
- 21.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://unionnews.ru/2016/11/07/posol-mongoliipovedala-o-prepyatstvii-dlya-eksporta-myasa.html>.
- 22.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ryb.ru/2016/11/05/490719>.
- 23.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://e-gorlovka.com.ua/id/2016/posol-mongoliinazval-glavnoe-prepyatstvie-dlya-eksporta-334697.html>.
- 24.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://kazakh-zerno.kz/novosti/mirovoj-rynok-selskogokhozyajstva-i-prodovolstviya/232037-transportnye-tarify-glavnoe-prepyatstvie-eksporta-myasa-iz-mongoliiv-rossiyu>.
- 25.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ca-news.org/news:1342077>.

- 26.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://aspnova.ru/ekonomika/posol-mongolii-povedalao-prepyatstvii-dlya-eksporta-myasa-v-rf>.
- 27.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://newsera.ru/2016/11/340401/posol-mongoliinazval-glavnoe-prepyatstvie-dlya-eksporta.html>.
- 28.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://tonkosti.ru>.
- 29.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.legendtour.ru/rus/mongolia/tour/tour.shtml>.
- 30.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ayda.ru/mongolia>.
- 31.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.restbee.ru/world/azija/mongolia>.
- 32.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.tursvodka.ru/countries/mongolia>.
- 33.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.otkrytie.ru/mongolia-hotel.htm>.
- 34.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.baikal-inform.ru/index/0-26>.