

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

Школа базовой инженерной подготовки
Направление подготовки 45.03.02 Лингвистика
Отделение школы (НОЦ) Отделение русского языка

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
КУЛЬТУРНО-МАРКИРОВАННЫЕ ЯЗЫКОВЫЕ ЕДИНИЦЫ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ОБРАЗА КИТАЯ В РУССКОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ САЙТОВ О КИТАЕ)

УДК 81'42:004.738(510)

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
1512A41	Пэн Кай		

Руководитель ВКР

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ОРЯ ШБИП	Фрик Т.Б.	к.ф.н., доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор ОРЯ ШБИП	Щитова О.Г.	д.ф.н., про- фессор		

Запланированные результаты обучения по ООП

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
<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>Универсальные 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

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

Школа базовой инженерной подготовки
 Направление подготовки 45.03.02 Лингвистика
 Отделение школы (НОЦ) Отделение русского языка

УТВЕРЖДАЮ:
 Руководитель ООП
 _____ 01.03.2018 г. О.Г. Щитова
 (Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ
на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

бакалаврской работы

Студенту:

Группа	ФИО
1512A41	Пэн Кай

Тема работы:

Культурно-маркированные языковые единицы как средство создания образа Китая в русскоязычном интернет-дискурсе (на материале сайтов о Китае)	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	от 06.02.2018 № 714/с

Срок сдачи студентом выполненной работы:	1 июня 2018 г.
--	----------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе	Текстовые материалы русскоязычных сайтов о Китае.
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов	Аналитический обзор научной литературы, посвященной проблемам исследования культурно-маркированных единиц. Определение специфики интернет-дискурса. Выявление контекстов, в которых представлены культурно-маркированные единицы, описание способов их репрезентации. Формулирование выводов.
Перечень графического материала	Нет.
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы Нет.	
Раздел	Консультант
Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	01.03.2018 г.
---	---------------

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ОРЯ ШБИП	Фрик Т.Б.	к.ф.н., доцент		01.03.2018

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
1512А41	Пэн Кай		01.03.2018

Реферат

Выпускная квалификационная работа 54 страницы, 60 источников.

Ключевые слова: ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРС, МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, ИНТЕРЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД, ВНЕШНЯЯ КУЛЬТУРА, КУЛЬТУРОНИМЫ

Объект исследования – особенности описания китайской культуры средствами русского языка.

Предмет – средства и приемы объективации и семантизации языковых единиц, обозначающих специфичные элементы китайской культуры.

Цель работы – определение закономерностей функционирования языковых единиц, обозначающих элементы китайской культуры, в русскоязычном интернет-дискурсе.

Материал: статьи, размещенные на русскоязычных сайтах о Китае, в которых методом сплошной выборки было выделено более 400 (без учета повторения) единиц, обозначающих факты китайской культуры.

Методы: метод научного описания и его составляющие: приёмы классификации материала, дефиниционный анализ, контекстный (контекстуальный) анализ и др.

В процессе исследования рассмотрены понятие интернет-дискурса в аспекте межкультурной коммуникации, особенности и специфика применения интерлингвокультурологического подхода.

В результате исследования описаны особенности русскоязычных сайтов о Китае; классификации ксенонимических единиц; способы введения культурно-маркированных единиц в материалы сайтов.

Практическая значимость: возможность использования результатов в исследованиях, посвященных проблемам межкультурной коммуникации, в процессе обучения переводу, а также русскому языку как иностранному.

Перспективы исследования: определение закономерностей функционирования языковых единиц, обозначающих элементы китайской культуры, в других типах дискурса.

Abstract

Graduation thesis consists of 54 pages, 60 references.

Key words: INTERNET DISCOURSE, INTERCULTURAL COMMUNICATION, INTERLINGUAL-CULTURAL APPROACH, EXTERNAL CULTURE, CULTURONYMS

The object of the research is the features of the description of Chinese culture by the means of the Russian language.

The subject is the means and methods of objectifying and semantizing linguistic units that denote specific elements of Chinese culture.

The goal of the work is to determine the regularities of the functioning of linguistic units that denote elements of Chinese culture in the Russian-language Internet discourse.

Methods and techniques: the method of the scientific description and its components: the methods of material classification, definition analysis, contextual analysis, etc.

Research material: articles posted on Russian-language sites about China, in which more than 400 (excluding repetition) units denoting the facts of Chinese culture were singled out using the continuous sample method.

In the process of research, the concept of Internet discourse in the aspect of intercultural communication, features and specifics of the application of the interlingual and cultural approach are considered.

As a result of the research, features of Russian-language sites about China are described; classification of xenonical units; ways to introduce culturally-labeled units in the materials of sites.

Practical significance: the possibility of using the results in studies on the problems of intercultural communication, in the process of teaching translation, as well as Russian as a foreign language.

Research perspectives: Prospects for the study: the determination of the patterns of the functioning of linguistic units that denote elements of Chinese culture in other types of discourse.

Оглавление

Введение.....	8
1. Теоретико-методологические основы исследования.....	13
1.1. Интернет-дискурс и проблемы межкультурной коммуникации	13
1.2. Интерлингвокультурологический подход как инструмент	18
изучения проблем межкультурной коммуникации	
Выводы по первой главе.....	23
2. Культурно-маркированные языковые единицы в материалах русскоязычных сайтов о Китае.....	25
2.1. Особенности русскоязычных сайтов о Китае.....	25
2.2. Классификации ксенонимов, представленных в материалах русскоязычных сайтов о Китае.....	28
2.3. Способы введения культурно-маркированных языковых единиц в материалы русскоязычных сайтов о Китае.....	36
Выводы по второй главе.....	43
Заключение.....	45
Список публикаций.....	47
Список использованных источников.....	48

Введение

Расширение межкультурных контактов и повышенное внимание к проблемам межкультурной коммуникации – фактор, который влияет на разные сферы жизни человека. Вопрос о проблемах эффективного межкультурного общения, а также о взаимовлиянии разных культур друг на друга не перестает быть актуальным.

В рамках исследования проблемы номинации фактов чужой культуры средствами исходного языка формируется новая научная дисциплина – интерлингвокультурология. Создатели интерлингвокультурологического подхода В.В. Кабакчи и Е.В. Белоглазова разработали методы определения особенностей прямого кросскультурного диалога, в ходе которого язык ориентирован в область иноязычной культуры [1]. Исследователи обосновывают научно-терминологический аппарат этой науки, одним из центральных терминов которого становится понятие «ксеноним». Ксенонимы в рамках интерлингвокультурологии осмысляются как наименования фактов иной лингвокультуры. Этот термин трактуется с точки зрения межкультурной коммуникации и обозначает широкий круг единиц языка.

Интерлингвокультурологический подход получил широкое распространение в современных лингвистических исследованиях. Авторами работ в разных аспектах рассматриваются культурно-специфичные языковые единицы, определяется их роль в процессе межкультурной коммуникации ([2], [3] и др.). Особый интерес исследователей связан с рассмотрением потенциала данных фактов языка в формировании образа описываемой культуры в принимающем культурном пространстве, специфики отражения оценки и восприятия «чужого» конкретным языком ([4], [5] и др.).

Также в центре внимания сегодня находится изучение интернет-коммуникации, ее особенностей и функций в современном процессе кросскультурного общения ([6], [7], [8] и др.). Исследователи признают тот факт, что для современной коммуникации большое значение имеет использование вирту-

альных средств. Общение в интернет-пространстве также отражает культурные особенности, культурную картину мира.

Таким образом, данное исследование, выполненное на материале русскоязычных сайтов о Китае и посвященное описанию особенностей функционирования средств русского языка, называющих факты китайской культуры, направлено на решение актуальной задачи рассмотрения языка как способа хранения, отражения и трансляции культурных особенностей.

Исследование осуществлено в русле интерлингвокультурологии и сосредоточено на описании культурно-специфических средств в материалах русскоязычных сайтов о Китае. **Актуальность** данного исследования обусловлена интересом современной лингвистики к изучению различных типов дискурса, в том числе интернет-дискурса, в рамках которого вторичная ориентация русского языка становится основным объектом анализа. Кроме того, актуальность работы связана с активными контактами Китая и России, интересом россиян к культуре, истории и современной жизни этой азиатской страны. **Новизна** работы состоит в том, что в ней впервые рассматриваются языковые единицы, номинирующие факты китайской культуры в русскоязычном интернет-дискурсе.

Исходя из того, что каждый язык вырабатывает свой язык описания чужой культуры, в качестве **объекта** исследования рассматриваются особенности описания китайской культуры средствами русского языка. В данной работе внимание сосредоточено на описании культурно-специфичных языковых единиц, выявлении способов их введения в тексты, размещенные на сайтах. Все это позволяет сделать выводы о специфике отражения китайской культуры в русском языке в его вторичной ориентации.

Предметом нашего исследования являются средства и приемы объективации и семантизации языковых единиц, обозначающих специфичные элементы китайской культуры.

Цель работы заключается в определении закономерностей функционирования языковых единиц, обозначающих элементы китайской культуры, в русскоязычном интернет-дискурсе.

Цель исследования последовательно достигается путем выполнения следующих логически связанных **задачах**:

1) основываясь на современных научных исследованиях, дать характеристику понятию «интернет-дискурс», рассмотреть подходы к его изучению в аспекте проблем межкультурной коммуникации;

2) рассмотреть особенности интерлингвокультурологического подхода как инструмента исследования прямого межкультурного диалога, представить практику его применения в новейших лингвистических исследованиях;

3) выявить и систематизировать языковые средства описания китайской культуры в русскоязычном интернет-дискурсе;

4) определить способы введения культурно-специфичных языковых единиц в материалы русскоязычных сайтов о Китае и сделать выводы о специфике описания китайской культуры средствами русского языка.

Основным **методом**, используемым в работе, является метод научного описания. На разных этапах работы используются различные составляющие этого метода: приёмы классификации материала, дефиниционный анализ, контекстный (контекстуальный) анализ и др.

В качестве источника **материала** исследования выступают 5 русскоязычных сайтов, посвященных Китаю и китайской культуре. Это сайты «О Китае» [9], «Мир Китая» [10], «Китай» [11], «Удивительный Китай» [12], «Легендарный Китай» [13]. Их цель – знакомство со страной и ее культуры всех заинтересованных читателей. Материалом для анализа стали статьи, размещенные на сайтах, в которых методом сплошной выборки было выделено более 400 (без учета повторения) единиц, обозначающих факты китайской культуры.

Практическая значимость работы заключается, во-первых, в возможности использования представленных в ней результатов в исследованиях, посвященных проблемам межкультурной коммуникации и вопросам, связанных с переводом обозначений специфичных культурных элементов; во-вторых, возможность практического применения результатов работы связана с тем, что полученные результаты могут быть встроены в процесс обучения переводу, а

также иностранному языку, поэтому сделанные в работе наблюдения и выводы могут быть применены в лекционных курсах и практических курсах по лексикологии, межкультурной коммуникации, в ряде переводческих дисциплин, в практическом курсе русского языка как иностранного.

Работа включает введение, две главы, заключение, список используемых источников.

Во введении обосновывается актуальность исследования культурно-маркированных языковых единиц, которые включены в материалы, размещенные на русскоязычных сайтах о Китае, формулируются цель и задачи работы, указываются объект, предмет и материал исследования, характеризуется место работы в контексте современных научных исследований.

В первой главе с опорой на современные научные исследования, дана характеристика понятия «интернет-дискурс», рассмотрены походы к его изучению в аспекте проблем межкультурной коммуникации, а также рассмотрены особенности интерлингвокультурологического подхода как инструмента исследования прямого межкультурного диалога, представлена практика его применения в новейших лингвистических исследованиях.

Во второй главе описаны результаты анализа языковых единиц, обозначающих факты китайской культуры в материалах русскоязычных сайтов о Китае: представлена тематическая классификация ксенонимов, тематическая классификация ономастических ксенонимов, а также классификации ксенонимов, включенных в интернет дискурс по способу их образования. Кроме того, в главе содержится характеристика способов включения ксенонимических единиц в материалы, размещенных на указанных сайтах.

В заключении описаны итоги работы и сформулированы выводы.

Результаты исследования были представлены на конференциях в виде двух докладов:

1. «Культурно-маркированные языковые единицы как средство создания образа Китая в русскоязычном интернет-дискурсе (на материале сайтов о Китае)» на VIII международном молодежном научно-культурном форуме «Новые

форматы транснациональной научно-образовательной деятельности» (26–27 апреля 2018 г.).

2. Китайские ксенонимы в русскоязычном интернет-дискурсе (к проблеме иноязычного описания культуры) на VIII Всероссийской научно-практической конференции «Научная инициатива иностранных студентов и аспирантов российских вузов» (16–18 мая 2018 г.).

1 Теоретико-методологические основы исследования

1.1 Интернет-дискурс и проблемы межкультурной коммуникации

Изучение дискурса в различных аспектах – одно из наиболее актуальных и активно-развивающихся направлений современных лингвистических исследований. Сложность данного явления стала причиной появления большого количества значений термина «дискурс», под ним понимают: письменный или устный речевой продукт (Т.А. Ван Дейк) [14]; проявление речевой деятельности в разговорно-бытовой речи (узкое понимание) и систему коммуникации, речедетельностные возможности отдельной языковой личности (В.В. Красных) [15]. В целом все многообразие подходов сводится к двум основным представлениям о дискурсе. В первом случае дискурс – это фрагмент действительности, у которого есть определенная протяженность во времени, как законченное произведение, например, текст [16]. Во втором случае дискурс – это особый вид коммуникации. Так как между людьми формируются различные типы связей в процессе коммуникации, которые зависят от вида групп, общественных институтов, типов взаимодействия. Исследователями выделяются различные разновидности дискурсов.

Как особые виды дискурса понимаются компьютерный, виртуальный и интернет-дискурс. Особенность виртуального дискурса заключается в наличии виртуального пространства, которое находится в особых отношениях с подлинной реальностью [17]. Активное развитие компьютерных технологий определило бытование компьютерного дискурса. По мнению исследователей, все признаки данного дискурсивного типа связаны с характеристиками компьютера как электронного устройства. Под компьютерным дискурсом понимается текст, который существует в ситуации общения, реализуемого через электронные средства связи (компьютера). Термины «компьютерный» и «электронный» дискурс являются синонимами [18].

Для нашей работы большое значение имеет определение понятия «интернет-дискурс». Основная особенность этого типа дискурса связана с общением через Интернет и причинами обращения к этому инструменту общения [19]. Обосновывая выделение такого типа дискурса, исследователи отмечают неразрывную связь этого средства получения информации и общения со всеми сторонами человеческой жизни и его влияние на изменения в языке на различных его уровнях [20].

Интернет-дискурс включает в себя тексты, функционирующие в интернете и отличающиеся особыми правилами речевого поведения. Интернет-дискурс рассматривается как «совокупность текстов, реализованных в искусственно созданном коммуникативном пространстве, предполагающем дистантное интерактивное общение виртуальных коммуникантов» [21, с. 56].

Среди особенностей интернет-дискурса выделяются следующие: анонимность, которая ведет к снижению социального и психологического риска при общении, свободе в высказываниях и поступках; большая роль механизмов идентификации и стереотипизации в создании образов собеседника, все это связано с отсутствием невербальной информации; добровольность и желательность контактов (пользователь может в любой момент завязать и прервать контакт); стремление эмоционально выразиться в тексте несмотря на затрудненность эмоциональных проявлений в интернет-общении и др. [22].

Также отличительной чертой интернет-дискурса является сочетание элементов разных стилей, что часто связано с желанием оценить описываемое явление. Интернет-дискурс включает в себя практически все виды институциональных дискурсов, но полностью не принадлежит ни к одному из них. Он отражает различные тематические поля, в том числе описание различных культур, их особенностей.

Интернет-дискурс не ограничен ни временными, ни пространственными рамками, так как это искусственная коммуникативная среда, поэтому в нем размываются и национальные, и политические, и культурные границы, что де-

ляет этот вид коммуникативного пространства площадкой для межкультурного диалога.

Исследователи отмечают повышенную проницаемость интернет-дискурса, так как адресатом и участником этого типа дискурса может стать кто угодно [20, с. 216]. Часто в качестве адресата выступает неопределенный человек, группа лиц, воображаемый собеседник, в этом случае проявляется виртуальность рассматриваемого дискурса. Из-за масштаба охватываемой аудитории (весь мир) интернет-коммуникацию часто относят к массовой. Особенностью данного типа коммуникации также является размывание границ между частностью и публичностью.

Интернет-дискурс выполняет ряд прагматических функций, среди которых выделяют информативную, коммуникативную, репрезентативную, воздействующую, аттрактивную, персуазивную, суггестивную, манипулятивную [23, с. 20].

По-особому интернет-дискурс реализуется в межкультурном взаимодействии, которое активно развивается в последнее время с опорой на новые информационные технологии. Как отмечают исследователи, важную роль в данном случае играет язык, а также другие формы символического представления информации [24, с. 73]. Именно язык в поликультурной среде отвечает за взаимопонимание между представителями разных культур: «Компьютерные коммуникации позволяют человеку увидеть культуру в единстве многообразия и воспринять все лучшее в транснациональных, национальных и этнических культурах» [25, с. 129].

Одна из основных проблем межкультурной коммуникации – искажение информации при передаче, переводе, адаптации к принимающей культуре, поэтому даже при эффективной межкультурной коммуникации имеют место неточности. Интернет-коммуникация, с одной стороны, упрощает этот процесс, так как снимаются ряд барьеров реальной невербальной коммуникации (особенности жестов, мимики, внешнего вида и поведения). Однако могут возникать и негативные моменты. В том числе сложность в устранении барьеров, ко-

торые неминуемо возникают из-за использования представителями разных культур несопадающих культурных когнитивных схем.

Выделяются следующие особенности межкультурной коммуникации в интернет-пространстве [24]:

- 1) *богатство содержания* – пространство интернета позволяет без ограничений знакомиться с материалами, раскрывающими особенности других культур, дает доступ к документам, которые относятся к другим культурам;
- 2) *получение информации в режиме реального времени* – нет временного разрыва, связанного с географическим положением, что сокращает коммуникативный барьер;
- 3) *большая концентрация коммуникантов* – одновременно могут взаимодействовать множество представителей из разных стран;
- 4) *плюрализм* – неограниченный доступ к разного рода информации о других культурах и не только;
- 5) *демократичность, отсутствие цензуры* – дает возможность показать разные точки зрения на одно и то же явление культуры, но с другой стороны, нужно добавить, это может стать причиной низкого качества материалов;
- б) техническая возможность *представления информации на разных языках*;
- 7) важную роль играет *система гиперссылок*, которая упрощает возможность переходов с сайта на сайт внутри одной страны, либо за ее пределами.

Межкультурное общение очень интересно для пользователей сети во всех странах, в том числе и России: существует огромное количество интернет-сообществ, блогов, форумов и сайтов, которые стали площадкой для обсуждения особенностей взаимодействия с другими культурами. Исследование качества такого диалога очень актуально.

На сегодняшний момент уже можно говорить том, что сформировалось два основных типа подобных специализированных ресурсов:

- 1) ресурсы (это прежде всего сайты), которые содержат информацию в виде текста, на них нет возможности взаимодействовать с представителями других культур, сами материалы этих сайтов становятся субъектами межкультурного общения;
- 2) ресурсы (социальные сети, форумы, тематические сообщества), в рамках которых возможен активный диалог между представителями разных культур.

Нужно сказать, что и первый, и второй способ взаимодействия очень важен для межкультурной коммуникации. Первый тип ресурсов, с точки зрения теории межкультурной коммуникации, – также представляет собой факт межкультурного общения, он же может стать причиной опосредованных межкультурных конфликтов. Такой конфликт (непонимание, искаженное восприятие чужой культуры) особенно опасен, так как менее видим, часто не осознаваем участниками общения ([26], [27], [28]).

Итак, в настоящее время очень актуальны проблемы межкультурной коммуникации, так как ни одна культура в современном мире не существует изолированно. Интернет-дискурс – это то пространство, в котором происходит культурное взаимодействие. В сфере межкультурной коммуникации на сегодняшний день выделяется целый ряд проблем, одна из которых заключается в определении особенностей прямого кросскультурного диалога, в ходе которого язык ориентирован в область иноязычной культуры. Рассмотрению решения этой проблемы в современных лингвистических исследованиях посвящен следующий раздел.

1.2 Интерлингвокультурологический подход как инструмент изучения проблем межкультурной коммуникации

Как уже было отмечено, теоретической основой данного исследования являются работы В.В. Кабакчи и Е.А. Белоглазовой. Исследователи рассматривают проблемы межкультурной коммуникации с точки зрения интерлингвокультурологии и обосновывают базовые положения этой науки, опираясь на собственные исследования англоязычной межкультурной коммуникации. Ими было сформулировано определение интерлингвокультурологии, под которой они понимают лингвистику языка вторичной культурной ориентации, обращенной в область иноязычной культуры [1, с. 4]. Интерлингвокультурология является отраслью лингвистики и связана с рядом других наук: лексикологией, переводоведением, лексикографией, лингвокультурологией и др.

Внимание исследователей нацелено на прямой межкультурный диалог, под которым они понимают процесс описания конкретно данной культуры средствами другого языка. Прямая межкультурная коммуникация осуществляется без посредников: «переводчиком» является один из участников коммуникации. В данном случае речь идет о внутреннем переводе как об особом рода диалоге, в ходе которого один из участников создает оригинальный текст иноязычного описания культуры, при этом он сам определяет способы и осуществляет необходимые языковые операции, связанные с передачей особенностей иной культуры, т. е. выполняет «переводческие» трансформации. При такого рода межкультурной коммуникации отсутствует исходный и переводной текст, фактом коммуникации становится текст аутентичный, который в отличие от переводного текста всегда является первичным.

При внутреннем переводе не возникает грамматических проблем, так как автор сам создает текст. Проблема возникает в том случае, когда при описании и (или) обсуждении специфических элементов представляемой культуры возникает необходимость определить адекватные номинативные соответствия

для исходных культурных фактов, т. е. внутренний перевод является выборочным, так как единицы перевода в данном случае – это отдельные культурно-специфические элементы [1, с. 62].

Важно отметить, что в процессе внутреннего перевода в лексический состав языка, на котором происходит описание, вводится инолингвокультурный субстрат, речь идет о тех элементах текста, «появление которых объясняется влиянием языка описываемой иноязычной культуры» [29, с. 53]. Инолингвокультурный субстрат может включать в себя заимствованную лексику, фразеологию, элементы интертекстуальности: аллюзии, цитаты.

В.В. Кабакчи различает внутреннюю культуру (культуру народа-носителя данного языка) и внешние культуры – иноязычные с позиции данного языка [1, с. 4]. Взаимодействие внутренней и внешней культуры – это прямое межкультурное общение, так как источник информации является одновременно участником общения и переводчиком: он выполняет, так называемый, внутренний перевод, описывая внешнюю культуру средствами языка внутренней культуры.

Язык изначально одновременно ориентирован, с одной стороны, в область своей культуры, с другой стороны, – он имеет ориентацию на весь мультикультурный мир, то есть обладает функциональным дуализмом [Там же, с. 12]. При этом очень важно, что любой язык теснейшим образом связан со своей культурой, таким образом, освоение чужой культуры происходит под влиянием внутренней культуры.

В качестве внешней культуры может выступать любая культура. В данной работе определяются особенности описания китайской культуры средствами русского языка. Таким образом, китайская культура рассматривается как внешняя по отношению к русской культуре.

Любая внешняя культура для носителя языка – это особая область знаний, поэтому язык в его вторичной культурной ориентации формирует свою специфическую разновидность для описания внешней культуры. Она воплоща-

ется в особенных культурно-специфичных элементах языка, прежде всего, номинативных единицах.

В настоящее время нет терминологического единства в определении языковых единиц, называющих явления другой культуры. Так, разграничивают понятия «заимствование», «иноязычное слово», «заимствованное слово».

В широком понимании термин «иноязычное слово» – это лексический элемент (освоенный или неосвоенный) неисконного происхождения ([30, с. 32–43]; [31]; [32, с. 116, 147]). В более узком понимании иноязычная лексика – это не полностью освоенная языком лексика иноязычного происхождения [31].

Широкое и узкое понимание также связано и с термином «заимствованное слово». В широком понимании заимствованная лексика – это слова (кальки, варваризмы, иноязычные вкрапления), которые появились в результате заимствования [33]. В более узком понимании заимствованное слово – это освоенное слово ([34], [35]). Этот термин находится в родовидовых отношениях с термином иноязычное слово.

Термин «заимствование» обозначает 1) процесс проникновения одного языка в другой; 2) заимствованные единицы ([36], [34], [37], [38]). Наиболее частый случай заимствования – это заимствование лексических единиц, однако при широком понимании данного явления в качестве заимствований рассматриваются различные языковые элементы (слово, морфема, синтаксические конструкции).

Термин «иностранный язык» противопоставляется термину «заимствование» [33]. В то же время он может рассматриваться как синоним термина «варваризм», т. е., как иностранный язык, не до конца освоенный принимающим языком [37, с. 112].

Лексика иноязычного происхождения обозначается различными терминами:

- 1) иноязычные вкрапления – иноязычные иностранные слова или словосочетания, которые употребляются в графике исходного языка [39, с. 158];

- 2) экзотизмы – иноязычные слова или выражения, которые обозначают реалии другой страны, другого культурного сообщества [40].
- 3) интернационализмы – лексические единицы, которые функционируют во многих языках, имеют сходство по внешней форме и значению [41, с. 175].
- 4) ксенолексика – более широкое относительно предыдущих терминологическое обозначение, под которым понимаются освоенные и неосвоенные воспринимающим языком слова иноязычного происхождения (зафиксированные в справочных изданиях, не отмеченные в специальной литературе, заимствования, переставшие быть экзотизмами и вошедшие в группу общеупотребительных слов) [Там же, с. 175].

В рамках переводоведения возникают также термины «реалия» и «безэквивалентная лексика», которые подчеркивают культурную специфику, лакунарность стоящих за ними фрагментов культуры и связаны с проблемой непереводимости. При этом также наблюдаются разночтения в понимании указанных терминов. Так, выделяется два основных подхода к определению термина «реалия»: переводческий и страноведческий. Переводческий аспект связан прежде всего с решением проблемы перевода слов-реалий с исходного языка, а также проблеме сохранения национального своеобразия подлинника в переводе [42, с. 343].

Термин реалия часто соотносят с терминами «варваризм» и «экзотизм». Первые не включены в словари, а экзотизмы – слова уже вошедшие в лексикон конкретного языка. Реалии могут иметь окказиональное употребление, в этом случае они не фиксируются в словарях, это лексические единицы, которые называют уникальные предметы и явления, характерные для бытования одного народа и чуждые другому народу, они вербально выражают специфические черты национальных культур [42, с. 348].

В.В. Кабакчи и Е.А. Белоглазова исходят из того, что иноязычное описание культуры – это процесс, который предполагает адаптацию словарного состава в соответствии со спецификой описываемой культуры, это и есть вто-

ричная культурная ориентация языка [1, с. 22–23]. Исследователи проводят культурную диверсификацию лексики, аргументируя при этом недостаточность существующих терминов (варваризмы, реалии, безэквивалентная лексика и др.) тем, что они не учитывают специфики иноязычного описания культур, и выделяют следующие элементы:

1. *Культуронимы* – наименования разнообразных элементов культур независимо от конкретной культуры и конкретного языка.

2. *Полионимы* – культуронимы, которые при необходимости можно использовать в приложении как к внутренней, так и к внешним культурам.

3. *Идиокультуронимы* – культуронимы, закрепленные за специфическими элементами культур. Они подразделяются на два типа: *идионимы* – элементы, которые закреплены за фрагментами внутренней культуры, и *ксенонимы* – они определяют специфические элементы внешней культуры.

Ксенонимами могут являться не только реалии, но и различные фразеологизмы, поговорки и пословицы, крылатые выражения. Термин «ксеноним» трактуется его автором прежде всего с позиций межкультурной коммуникации. Он определяется как наиболее универсальный и точный. В нашей работе в качестве основной применяется именно эта терминологическая единица.

Заимствование рассматривается исследователями как один из способов образования ксенонимов, обеспечивающий их уверенную обратимость, так как при переносе единицы сохраняется формальная точность идионима. Недостаток такого способа заключается в том, что, если ксеноним не знаком рядовому адресату, он будет труден и непонятен для адресата.

Ксенонимы в рамках интерлингвокультурологии осмысляются как уникальные факты иной лингвокультуры и рассматриваются в аспекте возможности и степени их концептуализации [43]. По мнению исследователя, движению по направлению к концептуализации помогает привлечение нескольких контекстов и использование разных способов выявления значения заимствования. В ксенонимах действительность получает свое языковое воплощение, это фрагменты «другого» мира, они несут в себе представления о прошлом и настоящем

народа, дают информацию об элементах его материальной и духовной культуры. Однако, так как в процессе концептуализации в принимающем языке ксеноним попадает в его концептосферу, он может получить иные концептуальные смыслы, свойственные именно принимающей культуре.

Интерлингвокультурологический подход активно применяется в современных исследованиях. Материалом становятся разные языки: английский, голландский, немецкий, конечно, русский. Особый интерес привлекают китайский, японский и вьетнамский языки и взаимодействие их с русским языком: исследователей интересуют проблемы взаимодействия и взаимовлияния этих культур ([44], [45], [46], [47]).

Проблемы описания той или иной культуры средствами другого языка рассматриваются на различном материале: словари, путеводители, интернет-сайты, газеты, художественная литература ([45], [48], [49], [50], [51], [52], [53]). Также рассматривается специфика прямого межкультурного диалога в разных типах дискурса ([54], [55]).

Так как интерлингвокультурология рассматривает проблему внутреннего перевода, целый пласт исследований выполнен в переводческом аспекте. В частности исследователей интересует анализ факторов, которые влияют на выбор вариантов перевода культурно-маркированной лексики в текстах разных жанров ([57], [58]), а также адекватность ее передачи средствами другого языка [59].

В данной работе не стоит цель рассмотреть китаизмы, вербализованные в русскоязычном интернет-дискурсе в переводческом аспекте. Вторая глава исследования будет посвящена особенностям описания фактов китайской культуры средствами русского языка.

Выводы по первой главе

Интернет-дискурс в настоящее время является активной площадкой для межкультурного диалога. В этом отношении русскоязычные сайты, посвящен-

ные китайской культуре, фиксируют особенности описания китайской культуры средствами русского языка в этом дискурсивном пространстве. Ключевым теоретическим подходом для данной работы стал интерлингвокультурологический подход. В соответствии с этим подходом, китайская культура рассматривается по отношению к русской культуре как внешняя культура. При русскоязычном описании китайской культуры используется русский язык межкультурного общения, ориентированный в область китайской культуры, его характерной особенностью являются специфические единицы языка – ксенонимы-китаизмы, которые отражают факты внешней (китайской) культуры. Во второй главе будут рассмотрены особенности объективации, семантизации и функционирования данных единиц в материалах русскоязычных сайтов о Китае.

2 Культурно-маркированные языковые единицы в материалах русскоязычных сайтов о Китае

2.1 Особенности русскоязычных сайтов о Китае

Особенности описания внешней культуры средствами языка внутренней культуры исследуются на материале оригинальных, аутентичных текстов. Такие тексты пишутся носителями родного языка. Среди надежных источников для изучения языка в его вторичной культурной ориентации называют:

- авторитетные справочные издания;
- публицистику;
- научные и научно-популярные тексты;
- материалы СМИ;
- путевые заметки и путеводители;
- произведения художественной литературы;
- речь гида;
- различные виды делового и бытового общения.

Как уже было показано выше, в современном мире обмен информацией через интернет играет огромную роль в процессе коммуникации, в том числе и межкультурной. Развитие экономических и политических отношений между Россией и Китаем определяет особый интерес россиян к китайской культуре, китайскому языку, что приводит к созданию различных интернет-ресурсов о Китае на русском языке.

Источником материала нашего исследования стали специализированные сайты, посвященные Китаю и китайской культуре, наполнение которых представляет собой богатый источник для изучения способов описания китайской культуры средствами русского языка:

1. www.o-kitae.ru – «О Китае».
2. <https://mirkitaya.ru> – «Мир Китая».
3. <http://china-ru.net> – «Китай».

4. <http://china.kulichki.com> – «Удивительный Китай».

5. <http://azialand.ru> – «Легендарный Китай».

Названия сайтов указывают на то, что главной их задачей является знакомство с этой страной и миром ее культуры. Эта цель открыто формулируется авторами на главной странице, там же указывается читательский адрес – любой читатель, который хочет познакомиться с этой страной:

1) *«Добро пожаловать на сайт, посвященный одной из **самых интересных и удивительных стран** – Китаю. Информация, которую Вы сможете найти на нашем портале, будет **полезна любому человеку**, будь то турист или просто изучающий историю и культуру этого государства человек, **каждый** посетитель почерпнет для себя что-то интересное»* [11];

2) *«**Эта удивительная страна** никого не оставит равнодушной: кто-то от нее без ума, кого-то она раздражает, но можно сказать одно, Китай заслуживает того, чтобы хоть раз там побывать и получить свое собственное впечатление. **Всю основную информацию** о Китае вы узнаете в этом разделе»* [12].

Сайты рассчитаны на максимально широкую аудиторию и разностороннее представление Китая. Они включают рубрики, которые позволяют представить страну и ее культуру с разных сторон. Это информационные материалы о политике, истории, культуре, бытовой жизни, традициях, различных видах искусства, китайском чае, китайском языке и иероглифах, городах и достопримечательностях. В отдельных случаях сайты включают раздел новостей китайской жизни и специализированную туристическую страницу. Отличительной особенностью также является то, что сайты адресованы только аудитории, владеющей русским языком (ни один из них не имеет версии на других языках).

Структура сайтов тематическая. Тематика определена фактом китайской культуры, о котором дается информация. Тематическое наполнение во многом связано с существующими стереотипными представлениями о Китае: китайская философия, китайская кухня, китайская медицина, китайские иероглифы, ки-

тайский чай и т. п. При общем сходстве каждый из сайтов имеет свою специфику как в объеме, так и в качестве информации. Часть сайтов в большей степени ориентирована на презентацию культурной специфичности Китая. В этом случае плотность ксенонимов гораздо больше, в отличие от сайтов, материалы которых носят в большей степени информационный характер. Также страницы, посвященные Китаю, отличаются по степени объективности / субъективности размещаемых материалов.

1. Сайт «*О Китае*» – отличается тем, что включает раздел «Новости», который содержит новостные тексты о Китае и событиях в нем. Этот сайт ориентирован на информацию о современном Китае, поэтому помимо раздела «История Китая», «Символы», «Правители» есть разделы «Экономика КНР», «Современная Экономика».

2. Сайт «*Мир Китая*» включает статьи, которые раскрывают особенности наиболее известных явлений китайской культуры: китайские иероглифы, китайский язык, китайские города, китайский чай. Это прежде всего информационные материалы.

3. Сайт «*Китай*» также включает разделы «История», «Города», но имеет отличие в том, что ориентирован на туристов: включает отдельные разделы «Авиабилеты», «Экскурсии», «Отели». На нем представлена общая информация о Китае.

4. Сайт «*Удивительный Китай*» имеет яркое отличие от остальных сайтов. Он имеет достаточно сложную структуру (включает разделы, которые раскрывает разные стороны жизни и культуры Китая – философия, медицина, религия, философия и т. д.). Каждый раздел состоит из большого количества статей, авторы которых представляют свой субъективный опыт знакомства с китайской культурой, личный взгляд на нее. Часто в материалах представлен нестандартный взгляд.

5. Сайт «*Легендарный Китай*» подробно освещает разные стороны современного и древнего Китая. Подробно раскрывает особенности традиций, искусства, культуры, истории и религии.

Особенности содержания сайтов требует использования различных способов наименования инокультурных элементов и определяет специфику функционирования различных видов китаизмов в русскоязычном интернет-дискурсе. В результате анализа было выделено более 400 ксенонимов разного типа (без учета повторяющихся элементов). Их описанию посвящены следующие разделы работы.

2.2 Классификации ксенонимов, представленных в материалах русскоязычных сайтов о Китае

Классификация ксенонимов – одна из сложных проблем. Попытки классифицировать ксенонимы (реалии в теории и практике перевода) неоднократно предпринимались, однако общие подходы выработаны не были. По мнению В.В. Кабакчи, непротиворечивую классификацию культурно-маркированных единиц выполнить невозможно, исследователь анализирует предложенные ранее варианты распределения культурно-специфичных элементов на группы и называет тематическую классификацию одной из наиболее целесообразных [1, с. 28].

1. Тематическая классификация ксенонимов-китаизмов.

В рамках данной работы была выполнена тематическая классификация элементов, называющих факты китайской культуры. Основанием для выделения тематических групп стали базовые разделы в структуре анализируемых сайтов и виды тематических групп, предложенные В.В. Кабакчи. В некоторых случаях возникали трудности в отнесении той или иной единицы к определенной группе. При спорной ситуации культурно-специфичный элемент включался в группу, соответствующую рубрике, содержащей материал, в который включена данная единица. Были выделены 12 тематических групп ксенонимов-китаизмов (см. Табл. 1):

Таблица 1 – Тематические группы ксенонимов-китаизмов
в русскоязычном интернет-дискурсе

№	Группа	Пример
1.	<i>География</i>	<ul style="list-style-type: none"> – провинция Хубэй – гора Суншань – Си Ху (Западное озеро) – Бадалин – провинция Ганьсу – провинция Шэньси – Ляодунский залив – пустыня Гоби
2.	<i>История</i>	<ul style="list-style-type: none"> – маньчжурская династия Цин – период Жоу – династия Хань – император Цинь Ши-хуанди (династия Цинь) – период Воюющих Государств
3.	<i>Литература и искусство</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Пу Сун-лин – терракотовая армия – Пекинская опера – живопись Гунби – гучжен, гуцзиинь, пипа (щипковые струнные) – театр теней
4.	<i>Традиции и быт</i>	<ul style="list-style-type: none"> – многотрубчатая посадочная машина; – сянци (китайские шахматы) – китайские палочки (Хукуяту) – гадания И-цзин
5.	<i>Религия</i>	<ul style="list-style-type: none"> – богиня Гуаньинь – Смеющийся Будда – Обезьянный бог – Восьмеричный путь – Храм нефритового Будды – Шаолинь – религия Чистой земли (китайский буддизм) – даосизм – Лао-дзы
6.	<i>Философия</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Конфуций – конфуцианство – концепция «жэнь» – концепция «ли»

		<ul style="list-style-type: none"> – инь и ян – «Книга перемен» – «Великое учение»
7.	<i>Медицина</i>	<ul style="list-style-type: none"> – мокса терапия – ушу – цигун – дао-инь – туйна – китайский календарь зачатия
8.	<i>Кухня</i>	<ul style="list-style-type: none"> – баозы; – чай Улун; – доуфу – сычуаньские повара – пекинская утка – У Лун – кусачая рыба
9.	<i>Экономика</i>	<ul style="list-style-type: none"> – «общество сяокан» – программа «большого скачка» – юань – Шанхайская фондовая биржа – АлиЭкспресс – дзяо (0,1 юаня) – фэни (0,1 дзяо)
10.	<i>Политика</i>	<ul style="list-style-type: none"> – КПК – Народная Республика Китай – Мао Дзе-дун – Гоминьдановское правительство – движениями «три анти» и «пять анти» – «культурная революция» – Ханьский национализм
11.	<i>Образование</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Шанхайский университет – Старинный Университет Фудань – Университет Тунцзи
12.	<i>Язык</i>	<ul style="list-style-type: none"> – путунхуа – пиньинь – китайский иероглиф – чжуинь дзыму

В табл. 1 представлены только некоторые примеры. Они дают возможность понять разнообразие единиц и элементов, которые представлены на сайте. Тематические группы не однородны по объему.

Группа «География» – самая многочисленная группа. Включает единицы, которые определяют пространственные характеристики Китая, знаковые пространства культуры. Названия городов, провинций, рек, озер и т. п. Они не всегда понятны и известны русскоязычному читателю, но очень важны для создания образа страны. Практически на всех сайтах есть раздел «Карты», либо указания на названия являются гиперссылками, по которым можно пройти и узнать интересующую информацию.

Также внушительным количеством единиц представлена группа история, так как представление достопримечательностей, рассказ о развитии различных видов искусств, традиций обязательно привязаны к определенному историческому периоду. Каждый сайт имеет раздел «История». Эта группа прежде всего представлена названиями династий, периодов именами исторических личностей.

Традиционно большой интерес россиян связан с китайской кухней. Сайты включают большое количество описания различных китайских блюд, традиций китайского застолья, особенностей кухонь разных регионов Китая, даже рецепты, поэтому разнообразной является тематическая группа «Кухня».

Наименее ярко представлена тематическая группа «Образование». Ни на одном из сайтов не выделена подтема «образование в Китае», поэтому эпизодически встречаются только названия университетов.

2. Тематическая классификация ономастических ксенонимов-китаизмов.

Большую часть ксенонимического пласта в рассматриваемых сайтах составляют имена собственные. Их относят к ономастическим ксенонимам. Внутри этой группы также можно выделить тематические подгруппы и типы номинативных единиц (см. табл. 2). Наиболее ярко представлены первые три группы: топонимы, имена исторических личностей, названия архитектурных сооружений, так как они сопровождают рассказ практически о любом факте культуры Китая.

Таблица 2 – Тематические группы ономастических китайских ксенонимов в русскоязычном интернет-дискурсе

№	Группа	Пример
1.	<i>Топонимы</i>	<ul style="list-style-type: none"> – набережная Вайтань: – улица Нанкин – Пекин, – Шанхай – Чанъань (современный Сиань) – Цзиньшаньлин – река Хуанхэ – горы Тяньцзы
2.	<i>Имена исторических личностей (политических деятелей, императоров, писателей и т. п.)</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Шень Нун – император Цяньлун династии Цин – Пу-Йи – последний император Китая – Мао Цзэдун – Лао-дзы
3.	<i>Названия архитектурно-строительных сооружений</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Тяньтань – Запретный город – Пагода Лунхуа – Дворец Потала
4.	<i>Имена героев легенд</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Мэн Цзян Ну – господин Ян – Сунь Хоуцзы
5.	<i>Названия книг</i>	<ul style="list-style-type: none"> – «Лунь юй» – «Дао дэ цзин» – «Трактат о чае» – «Цзо Жуань» – «Гуо Ю» – «Весна и Осень»
6.	<i>Имена божеств</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Куан Ти – Хуан-Ди – Владыка Центра – Богиня Гуанинь
7.	<i>Названия исторических событий</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Наньцзиньская ассамблея – Ляоси-Шэньянская операция;
8.	<i>Названия организаций и предприятий</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Цай Шен Ёе – Вонг Чой Сан – Университет Тунцзи

3. Классификация ксенонимов-китаизмов по способу образования.

Представленные в текстах русскоязычных сайтов культурно-маркированные единицы можно классифицировать с точки зрения *способов их образования*. В.В. Кабакчи выделяет способы, которые обеспечивают высокую степень межъязыковой обратимости (т. е., позволяют легко установить связь между идионимом-прототипом и ксенонимом) и способы, которые характеризуются неуверенной обратимостью (т. е., при которых затруднена конвертация ксенонима в исходный идионим) [1, с. 76–78]. Обратимость ксенонима важна для правильной идентификации элемента исходной культуры, что позволяет минимизировать ошибки в восприятии внешней культуры. Выявленные единицы были классифицированы с этой точки зрения.

1. Способы образования ксенонимов, характеризующиеся высокой степенью обратимости.

Авторы материалов, размещенных на сайтах, активно используют в своих текстах ксенонимы, образованные способами, характеризующиеся высокой степенью обратимости. Были выявлены следующие их типы:

1.1. Заимствование – базовый способ образования ксенонимов, который отличается уверенной обратимостью:

- *«Путунхуа насчитывает 414 слогов»;*
- *«Принципу взаимодополняемости **инь** и **ян** должно в особенности отвечать соотношение еды и приправ»;*
- *«Боевое искусство **ушу**: некогда являя собой магическую культуру, которая соединила в себе духовные практики и легендарную военную подготовку»;*
- *«Китайская практическая методика теории **фэн шуй** настаивает на установке отдельного туалета, без соединения ее с ванной комнатой».*

1.2. Калькирование – опосредованное заимствование, которое основано на воспроизведении значения исходной единицы. В анализируемом материале были выделены следующие примеры:

- *«Наибольшего подъема кампания достигла в 1951–52 гг., она сопровождалась движениями **“три анти”** и **“пять анти”**»;*

- *«Их существует несколько, но наиболее известен ЦАЙ ШЕН ЙЕ; он почитается повсеместно и изображается в двух ипостасях **Мирный бог Богатства и Военный бог Богатства**»;*
- *«Принципы конфуцианства изложены в двух канонах (**“Пятикнижие” и “Четверокнижие”**)»;*
- *«Затем строительство продолжилось в **период Воюющих Государств** (475–221 годах до н.э.)».*

1.3. Гибридные образования – единицы смешанного типа, сочетающие заимствованный элемент с переводом. Образования такого типа важны в межкультурной коммуникации, так как заимствованный элемент гарантирует обратимость, а переведенный компонент облегчает понимание внешнекультурного элемента. Гибридные ксенонимы представлены в следующих примерах:

- *«Он был построен в эпоху **династии Мин**»;*
- *«Южным окончанием Пекина в те времена были **Ворота Юндин**»*
- *«**Школы вэнь-жэнь-хуа**, дополняли свои пейзажи каллиграфией надписями с философским подтекстом, которые никогда не раскрывали прямого значения; и тибрами – эпиграммами».*

2. Способы образования ксенонимов, характеризующиеся неуверенной обратимостью.

Авторами материалов о Китае также используются ксенонимы, которые образованы способами, характеризующимися неуверенной обратимостью. В случае их использования снижается точность передачи элемента чужой культуры, но текст при этом становится более доступным для понимания читателя. Были выявлены следующие разновидности единиц, в образовании которых используется такой способ:

2.1. Ксенонимические описательные обороты.

Это один из способов развернутой номинации иноязычного культуронима, словосочетание или предложение, которое одновременно поясняет его и в случае необходимости может заменить. Чем протяженнее описание, тем больше оно может затруднять коммуникацию, так как разрывает логику текста.

В то же время, не всегда легко установить связь с исходным элементом, но читатель получает общее представление об элементе китайской культуры, поэтому такой способ активно используется. Можно привести следующие примеры:

- *«**Календарь зачатия** существует уже более тысячи лет и входит в книгу китайской мудрости Тун Син».*
- *«Главное место в искусстве Китая отведено **пейзажной живописи**. **Изоциренная техника написания кистью и тушью природных объектов: водопадов, гор, растений**»;*
- *«**Резные изделия из слоновой кости**, как и изделия из нефрита, также относятся к наиболее популярным видам художественных ремесел Китая».*

Так как авторы материалов стремятся передать специфичность китайской культуры, описательный оборот часто сочетается с обозначающим элемент китайской культуры заимствованием:

- *«Особую роль в Китае играло **тигроподобное чудовище дао-дай** (“пожиратель”), упоминания о котором относятся еще к эпохе династии Хань».*

2.2. Модель «китайский + существительное».

Эта модель используется в материалах сайтов активно, но достаточной точностью характеризуется только тогда, когда указывает на уникальные элементы китайской культуры, такие, например, как китайская чайная церемония. В остальных случаях она может дать только приблизительное представление о факте внешней культуры, о связи явления и предмета с Китаем. Приведем примеры:

- *«**Китайская Каллиграфия** – особое явление в культуре Китая, которое представляет собой скорее искусство, чем просто способ передачи информации».*
- *«**Китайский Новый Год** приурочен к зимнему новолунию и празднуется на 2-е новолуние после 21 декабря. В народе праздник часто именуют «лунным новым годом», ввиду того, что точная дата его празднования основывается на лунных фазах».*

- *«Китайская опера – один из самых интересных и неоднозначных видов восточного искусства».*
- *«В китайской кухне еда обычно рассматривается как составляющая двух основных компонентов...»*
- *«Общее число китайских иероглифов около 50 тысяч, но практически используются 4–7 тыс. иероглифов».*

В целом в материалах, представленных на сайтах, отмечается большая плотность ксенонимических единиц. Насыщенность ксенонимами характерна для текстов, посвященных описанию различных аспектов культуры Китая: искусство, традиции, быт, достопримечательности и т.п. В этом случае используются ксенонимы разных типов, они взаимодополняют друг друга, позволяя получить более объемное представление о китайской культурной специфике. Для новостных, информационных материалов больше характерно использование ксенонимов, относящихся ко второй группе.

2.3 Способы введения культурно-маркированных языковых единиц в материалы русскоязычных сайтов о Китае

Широкий читательский адрес русскоязычных сайтов о Китае предполагает учет уровня коммуникативной доступности ксенонимов. Авторы интерлингвокультурного подхода с точки зрения доступности выделяют специальные и базовые ксенонимы [1, с. 38]. Базовые ксенонимы – специфические элементы внешних культур, которые являются частью общеупотребительного слоя лексики, такие единицы часто входят в словари, не нуждаются в специальном пояснении. Элементов такого типа не так много.

Основной объем составляют специальные ксенонимы, которые как правило не понятны обычному носителю языка, поэтому авторы текстов сопровождают их пояснением. Специальные ксенонимы могут быть отнесены к специальным словарным ксенонимам (они часто появляются в текстах, имеют устойчивую форму, включены в словари) и специальным окказиональным ксено-

нимаю (редко встречаются в текстах описания внешней культуры, не зафиксированы даже самыми полными словарями, они недостаточно апробированы практикой межкультурного общения, поэтому нет единого стандарта в написании, существует несколько вариантов) [1, с. 82–83].

Основным отличием текста иноязычного описания внешней культуры будет включение специальных ксенонимов. При этом от автора текста требуются действия по их выделению и семантизации, что влияет на структуру текста, определяет особенности его построения.

Были выделены следующие особенности введения ксенонимичных явлений в материалы русскоязычных сайтов о Китае:

1. Выделение ксенонимов.

Авторы описания иной культуры в большинстве случаев указывают на культурную специфичность того или иного явления, выделяют его, тем самым дают сигнал о его особенности. Речь идет прежде всего о графическом выделении (с помощью кавычек, курсива, жирного шрифта, цвета или прописной буквы):

- *«Символами этого курса, принесшего стране огромные материальные затраты и многомиллионные человеческие жертвы, стали “народные коммуны” и “культурная революция”»;*
- *«Храм Неба – один из символов столицы Китая. Это самый большой культурный Храм в мире. Храм Неба занимает площадь 270 га. И больше чем Гугун (Запретный город) в 4 раза»;*
- *«Другое божество Богатства – ВОНГ ЧОЙ САН, который очень щедр к семьям, которые ему поклоняются».*

Своеобразным способом выделения ксенонимов-китаизмов можно считать введение их через написание латиницей, в качестве иноязычных вкраплений, также они могут дополнительно выделяться графически:

- *«Каллиграфическая письменность процветала больше всего во время династии Тан (618–907), когда **Yan Zhenqing** и **Liu Gongquan** последовательно*

организовали школы своих собственных стилей, известных за их силу и четкость».

- *«Наибольшего подъема кампания достигла в 1951–52гг., она сопровождалась движениями «три анти» и «пять анти» («san fan» and «wu fan») и была направлена, якобы, против коррупционеров, растратчиков и бюрократов».*

2. Введение ксенонима без семантизации в непосредственном контексте.

Этот способ применяется в случае использования базовых ксенонимов и в редких случаях специальных:

- *«Но известно одно, что в 1125 году граница между **Китайской империей** и царством **чжурчжэней** пролегла по реке Хуанхэ, которая расположена примерно в пятистах километров к югу от уже построенной стены»;*
- *«Один лишь **Гонконг** занимает 3 место в рейтинге всемирного банка и является главным финансовым рынком».*

3. Введение ксенонима с параллельным подключением средств семантизации.

Полнота семантизирующей конструкции может быть различной, например, включать только поясняющее понятие на русском языке, часто представляющего собой родовую характеристику китаизма:

- *«Строительство первой стены началось в III веке до н. э. во время правления императора Цинь Ши-хуанди (династия Цинь), для защиты государства от набегов кочевого народа хунну»;*
- *«Руководствуясь учением китайской медицины, болезнь – плохое преобразование перемещения в организме человека **жизненной энергии Ци**».*

Наиболее полным вариантом реализации принципа параллельного подключения является одновременное включение в русскоязычный текст кальки или описательного перевода слова-номинации, транскрипции и в некоторых случаях обозначающих эти слова иероглифов:

- «При династии Сун изображение цветов в основном было реалистичным, для чего лучше всего подходила техника гунби (工笔, буквально “тщательная кисть”»).

В некоторых случаях дается развернутое определение факта китайской культуры:

- «*Китайские палочки Хукуяту (Hukuayatu)* – это многоцветные китайские палочки для еды, премиум качества, выполненные в традиционной китайской форме “*Куайцзы*”, но из современных материалов, как правило – из металла».

4. Ксенонимическая привязка.

Один из наиболее часто используемых способов, при котором понятие сопровождается введением заимствования. Этот способ позволяет авторам+ обеспечить уверенную обратимость:

- «Для каждого гостя предусмотрено наличие чайной пары – двух чашек, маленькой круглой пиалы (*пиньбэй*) и собственно чашки (*сянбэй*), узкой и высокой. До начала церемонии их располагают на специальной подставке (*бэйчжань*) чайного подноса (*чапань*) как часть композиции».
- «Кроме того, в начале 20 века для китайского языка создали латинскую транскрипцию (*пиньинь*). <...> Также, был разработан фонетический алфавит (*чжуинь дзыму*), где основой послужили схематические иероглифы или же их элементы, которые передают звучание».

5. Использование практической транскрипции.

Под практической транскрипцией понимают запись иноязычных слов средствами алфавита переводного языка [39, с. 158]. Она часто используется авторами текстов, так как дает представление о том, как произносится это слово на китайском языке:

- «Обыкновенный *доуфу* (соевый творог) в руках мастера может превратиться в такие деликатесы, как “*Доуфу рябой жены*”, “*Доуфу белой воды*”, “*Доуфу карманчиком*”, “*Доуфу с тремя свежестями*”, “*Доуфу с семью драгоценностями*” и т.д. При том соевый творог *доуфу* не является

приоритетом сычуаньских поваров, а потребляется в Китае повсеместно. Сейчас доуфу – одно из самых модных блюд во всем мире».

В ряде случаев такая транскрипция ведет к вариативности ксенонима. Так, например, происходит в следующих примерах, первый из которых включает транскрипцию на латинице, второй передан средствами русского языка:

- *«Meng Jiangu. Это красивая легенда о любящей паре, которую разлучили: юношу насильно увели на строительство Великой стены, а девушка, прождавшая своего любимого несколько месяцев до самой зимы, отправилась на его поиски для того, чтобы доставить теплую одежду»;*
- *«Самой известной легендой является история Мэн Цзян Ну, жены фермера, которого принудили работать на стене во время правления династии Цинь».*

Особенно часто практическая транскрипция используется авторами текстов при инкорпорации китайской речи в материалы сайтов.

6. Перевод «говорящих» собственных имен и раскрытие внутренней формы китаизма.

Авторы материалов о Китае считают целесообразным параллельно представить заимствование и его буквальный перевод. Это углубляет культурную специфичность текста описания внешней культуры, позволяет раскрыть внутреннюю форму слова, показав тем самым особенности китайской картины мира. Таких примеров очень много:

- *«Гуанчжоу в переводе на китайский состоит из двух иероглифов: 广州 – guāngzhōu широкий, обширный, беспредельный»;*
- *«Китайское название переводится как “Длинная стена в 10 000 ли”. Древнее народное название как “Земляной дракон”».*
- *«Буквально Китай (Чжунхуа) означает “страна в центре” или “Срединное царство”».*

7. Сопоставление с фактами других внешних культур.

Идентичность китайской культуры в материалах, размещенных на сайтах, усиливается при их сопоставлении с фактами иных культур, либо указании

на особенности восприятия элементов китайской культуры другими культурами, при этом используются единицы, подчеркивающие китайскую принадлежность данного факта, что можно рассматривать как дополнительное средство семантизации:

- *«Гун Фу Ча не стоит путать с японской чайной церемонией. Между ними есть одно очень важное отличие, которое связано со смыслом самого действия»;*
- *«Самые известные блюда Северной кухни – пельмени и **чуньцзюань**, которые во всем мире называют «спринг роллс» (spring rolls) – очень маленькие блинчики из хрустящего теста с разными начинками».*
- *«Во времена правления императоров Канси и Цяньлун династии Цин (1644–1911), перегородчатая эмаль улучшилась и достигла своего художественного пика. Художественные изделия с перегородчатой эмалью, известные в Европе как «клуазонне», в Китае называют «цзинтайлань» (jingtai lan, 景).*
- *«Европейцы, сраженные его великолепием и мощью, назвали его “Великой Китайской стеной”, а в самом Китае его, любя и поклоняясь, с почтением зовут “Вань Ли Чэн”, что в переводе звучит как “стена в 10 тысяч ли”, по-нашему длина китайской стены равна 5 тысячам километров».*

8. Неоднократное введение ксенонимов в ближайших контекстах.

Как уже было отмечено выше, одной из проблем, которую рассматривается исследователями, является вопрос о возможности передачи не только культурно-специфичной языковой единицы, но и стоящего за ней концепта. Передача значения слова не гарантирует понимания его сути, так как «языковые значения не могут приравниваться к передаваемым концепта <...> языковые средства своими значениями передают лишь часть концепта» [60, с. 26].

Несовпадение объема понятия и культурного концепта также фиксируется авторами текстов, размещенных на русскоязычных сайтах о Китае:

- *«Употребляя для обозначения понятия Цигун слово гимнастика, понятно, что мы не раскрываем всей глубины и философии данной методики».*

Все вышеуказанные способы введения ксенонимических единиц в разной степени способствуют их семантизации. Углубленной семантизации и концептуализации способствует неоднократное введение ксенонима в разных контекстах, эксплицирующих разные стороны стоящего за ним концепта:

- *«**Чайная церемония (Гун Фу Ча)** издревле была больше, чем просто приготовление и употребление чая. Само значение слова на китайском языке говорит о том, что это высокое искусство, своего рода ритуал для всех участников. Начиная с XVII века, это культурное явление начинает становиться очень распространенным <...> **Гун Фу Ча** не стоит путать с японской чайной церемонией. Между ними есть одно очень важное отличие, которое связано со смыслом самого действия. Для китайцев он заключается в чае – им важно оценить богатство аромата, глубину и тонкость вкуса напитка, и подаренное им послевкусие и настроение».*

Таким образом, в разные способы введения ксенонимов дают разный уровень семантизации, в случае с неоднократным введением ксенонима можно говорить и об определенном уровне его концептуализации – полном или частичном присвоении нового национального знания, опосредованного первичной культурой.

Среди приемов описания китайской культуры средствами русского языка также необходимо выделить не только включение ксенонимических лексических единиц, но и элементов китайской речи и прецедентных высказываний.

9. Инкорпорация иноязычной речи.

Включение в текст элементов диалога на китайском языке является распространенным приемом. Чаще всего элементы диалога представлены через практическую транскрипцию, читатель может понять, как тот или иной фрагмент звучит на китайском языке, при этом параллельно дается перевод:

- *«Традиционное китайское приветствие **“Чи фань ле ма?”** означает буквально: **“Вы поели?”**»;*
- *«Тот, кому оказали эту честь, должен выпить бокал до дна, - нередко под возгласы **“Гань бэй!”** (**“Осушить стакан!”**), а после даже перевернуть его*

в воздухе вверх дном, дабы продемонстрировать свою удаль и честность в питии».

10. Введение прецедентных высказываний.

Как правило, они вводятся при помощи перевода без соотнесения с исходным вариантом:

- *«В древности знатоки чая более всего ценили именно этот “вкус, находящийся вне вкусов”»;*
- *«Социальное положение, уровень культуры, а также окружающая обстановка и состояние души у разных людей способны вызвать при вкушении чая самые разные ощущения. Так же, как “вкус” жизни имеет сотни оттенков, чай несёт в себе сотни “состояний”. Поэтому в Китае говорят: “У чая вкус, у человека жизнь”»;*
- *«Мао Цзэдун родился в одной из провинций этого региона – Хунани – и всегда оставался поклонником тамошней острой пищи. То ли в шутку, то ли всерьез он любил повторять: “Кто не любит острое, тот не может быть настоящим революционером”»;*
- *«Мао персонально возглавил движение, которое объединилось под классическим лозунгом “Пусть цветут тысячи цветов, пусть сотни школ для мыслящих состязаются между собой”».*

В качестве прецедентных высказываний могут выступать пословицы, изречения из известных книг, высказывания известных политических деятелей.

Выводы по второй главе

Анализ культурно-специфических единиц, которые используются для описания элементов китайской культуры, помогает выявить особенности описания Китая средствами русского языка в русскоязычном интернет-дискурсе.

Ключевыми тематическими группами ксенонимических единиц являются следующие группы: «география», «история», «литература и искусство»,

«традиции и быт», «религия», «философия», «медицина», «кухня», «экономика», «политика», «образование» и «язык».

Авторы материалов, размещенных на сайтах, используют разнообразные способы введения китаизмов, используют приемы инкорпорации китайской речи и вводят прецедентные высказывания в свои тексты, стремясь, с одной стороны, всеми доступными средствами представить специфичность китайской культуры, с другой стороны, максимально расширить представления о Китае.

Заключение

Интернет-пространство в настоящее время активно используется как площадка для межкультурного диалога, оно отражает актуальные процессы кросскультурного взаимодействия, в нем генерируются различные культурно специфичные образы, в которых закрепляются представления как о «своем», так и о «чужом».

Русскоязычные сайты о Китае необходимо рассматривать как факт взаимодействия русской и китайской культуры. Материалы, размещенные на сайтах, включают описания и многочисленные наименования явлений традиционной культуры Китая, что позволяют русскоязычным пользователям сайтов познакомиться с этой страной, которая воспринимается как удивительная, необычная, далекая, непонятная и привлекательная.

Рассмотрение культурно-маркированных языковых единиц, которые являются средством воплощения образа Китая в русскоязычном интернет-дискурсе, через призму лингвокультурологического подхода позволяет сделать выводы об особенностях описания китайской культуры средствами русского языка.

Авторы материалов, размещенных на русскоязычных сайтах о Китае, стремятся дать максимально широкое представление о знаковых элементах китайской культуры. Анализ ксенонимов-китаизмов показал, что наиболее ярко Китай представлен через единицы, обозначающие разного рода названия: топонимы, имена исторических личностей, названия архитектурных сооружений.

Большой акцент в материалах сайтов ставится на раскрытии особенностей традиций, искусства, истории Китая. В результате анализа были выделены следующие тематические группы культурно-маркированных единиц: история, литература и искусство, традиции и быт, религия, философия, кухня, медицина, которые отражают фокус интереса русскоязычного читателя в направлении китайской культуры. Современный Китай также становится предметом описания, прежде всего в разделах новостей, созданию его образа способствуют ксенонимы групп экономика, политика, образование.

Тексты описания китайской культуры на русскоязычных сайтах включают ксенонимические единицы, образованные как способами, которые характеризуются высокой степенью обратимости (заимствование, калькирование, гибридные ксенонимы), так и способами, которые характеризуются неуверенной обратимостью (ксенонимические описательные обороты, модель «китайский + существительное»). В материалах, размещенных на сайтах о Китае, способы первой группы используются в случаях, когда необходимо усилить культурную специфичность описываемого явления. Способы второй группы также позволяют маркировать факт культуры Китая, но не указывают на прямую связь с исходным элементом. Часто способы первой и второй группы используются параллельно, дополняют друг друга.

В результате анализа были выделены способы и приемы введения культурно-специфичных элементов в тексты описания китайской культуры. Выявленные способы и приемы характеризуются разным уровнем семантизации единиц, обозначающих тот или иной культурный элемент. В целом можно сказать, что авторы материалов, как правило, нацелены на формирование углубленного представления о фактах китайской культуры, их концептуализацию, поэтому одновременно используют несколько приемов. В очень редких случаях ксеноним вводится без семантизации.

Развитие русско-китайских отношений, рост интереса к китайской культуре в России позволяет говорить об актуальности и перспективности подобных исследований. Перспектива данного исследования может быть связана с определением закономерностей функционирования языковых единиц, обозначающих элементы китайской культуры, в других типах дискурса.

Список публикаций

1. Пэн К. Китайские ксенонимы в русскоязычном интернет-дискурсе (к проблеме иноязычного описания культуры) // Гуманитарные научные исследования. – 2018. – № 5 [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2018/05/25028>.

Список используемых источников

1. Кабакчи В.В. Введение в интерлингвокультурологию: учеб. пособие / В.В. Кабакчи, Е.В. Белоглазова. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 252 с.
2. Писаренко О.И. Значение ксенонимов в сфере межкультурной коммуникации // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2009. – С. 71–73.
3. Кожокина А.В. Путеводитель как объект лингвокультурологического исследования // Языкознание, филология, лингвистика: актуальные проблемы теории и практики: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции 30 апреля 2017. – г. Казань: Научно-издательский центр «Открытое знание», 2017. – С. 10–17.
4. Шпаковская Е.Е., Тимчук М.В. Слова-ксенонимы как обозначение этнической границы в русском языке // Образование XXI века в контексте диалога культур. – 2012. – С. 69–74.
5. Сироткина Т.А. Ксенонимы как отражение этнической картины мира // Язык и культура: сборник научных трудов. – 2013. – С. 99–100.
6. Байчибаев А.Ф. Интернет-дискурс как особая разновидность дискурса // Молодежный научный форум: Гуманитарные науки: электр. сб. ст. по мат. XXV междунар. студ. науч.-практ. конф. – № 6(24). URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/6\(24\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/6(24).pdf) (дата обращения: 05.06.2018).
7. Агапова С.Г., Полоян А.В. Интернет-дискурс: основные жанры и особенности их исследования // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2016. – № 4. – С. 52–58.
8. Яковлюк А.А. Лингвистические особенности интернет-дискурса (на материале немецкого языка): Автореферат ... канд. филол. наук. – Уфа, 2015. – 24 с.
9. О Китае [Электронный ресурс]. URL: www.o-kitae.ru (дата обращения: 07.06.2018).

10. Мир Китая [Электронный ресурс]. URL: <https://mirkitaya.ru> (дата обращения: 04.06.2018).
11. Китай [Электронный ресурс]. URL: <http://china-ru.net> (дата обращения: 08.06.2018).
12. Удивительный Китай [Электронный ресурс]. URL: <http://china.kulichki.com> (дата обращения: 05.06.2018).
13. Легендарный Китай [Электронный ресурс]. URL: <http://azialand.ru> (дата обращения: 05.06.2018).
14. Ван Дейк Т.А., Кинч В. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. – М.: Прогресс, 1988. – С. 153–211.
15. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: курс лекций. – М.: Гнозис, 2001. – 270 с.
16. Ильин М.В. Слова и смыслы: опыт описания политических понятий. – М., 1997. – 432 с.
17. Карпицкий Н.Н. Виртуальность и темпоральность // Известия Томского политехнического университета. – 2003. – Т. 306. – № 4. – С. 132–136.
18. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. – Волгоград: ВГПУ, «Перемена», 2009. – 476 с.
19. Виноградова Т.Ю. Русская и сопоставительная филология: лингвокультурологический аспект. – Казань, 2004. – С. 63–67.
20. Русанов Е.К. Интернет-дискурс в дискурсивной парадигме // Гуманитарные и юридические исследования. – 2016. – № 3. – С. 214–217.
21. Галичкина Н.Е. Характеристики компьютерного дискурса // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2004. – № 10. – С. 55–59.
22. Загоруйко И.Н. Интернет-дискурс в современном коммуникативном пространстве // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. – 2012. – № 3. С. 56–60.

- 23.Стернин И.А. Практическая риторика как предмет исследования // Речевое общение. – Специализир. – Вестник-Красноярск. – 2000. – Вып. 2 (10). – С. 19–27.
- 24.Липатова М.Е., Богатырева А.А. Актуализация межкультурного диалога в современном интернет-пространстве // Вестник РУДН. Социология. – 2016. – Т. 16. – № 1. – С. 72–84.
- 25.Новикова Л.А. Аббревиация как феномен межкультурной коммуникации в сети Интернет // Вестник Удмуртского Университета. – 2013. – Вып. 21. – С. 126–133.
- 26.Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. – М.: Высшая школа, 2005. – 310 с.
- 27.Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: СЛОВО/SLOVO, 2000. – 262 с.
- 28.Песоцкая С.А. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учебное пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – Томск: Изд-во ТПУ, 2008. – 161 с.
- 29.Кабакчи В.В. Типология текста иноязычного описания культуры и инолингвокультурный субстрат // Лингвистика текста и дискурсивный анализ: традиции и перспективы. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2007. – С. 51–70.
- 30.Крысин Л. П. Иноязычные слова в современном русском языке / Отв. ред. акад. В. В. Виноградов. М.: «Наука», – 1968. – 520 с.
- 31.Маринова Е. В. Иноязычные слова в русской речи конца XX – начала XXI в.: проблемы освоения и функционирования. – М. : ЭЛПИС, 2008. – 495 с.
- 32.Розенталь Д. Э. Справочник по русскому языку. Словарь лингвистических терминов / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. – М.: ООО «Издательский дом «ОНИКС 21 век: ООО «Издательство «Мир и образование», 2003. – 623 с.
- 33.Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская энциклопедия, 2004 [Электронный ресурс]. URL:

- http://www.classes.ru/grammar/174.Akhmanova/source/worddocuments/_11.htm (дата обращения: 22.05.2018).
34. Крысин Л. П. Заимствование // Русский язык: Энциклопедия / Большая Российская энциклопедия – М.: Большая Российская энциклопедия, 2003. – С. 132–133.
35. Казкенова А. К. Онтология заимствованного слова: монография. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. – 248 с
36. Фомина М. И. Современный русский язык. Лексикология: учеб. для студентов ин-тов и фак-тов иностр. яз. / М. И. Фомина. – М. : Высш. шк., 1978. – 256 с.
37. Лотте Д. С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминоположений. – М. : Наука, 1982. – 150 с.
38. Дьяков А. И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке // Язык и культура. – Новосибирск, 2003. – С. 35–43 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lingvotech.com/dyakov-03> (дата обращения: 21.04.2018).
39. Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Директмедиа Паб-лишинг, 2008. – 5987 с.
40. Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов. – М.: Эксмо, 2006. – 622 с.
41. Щитова О. Г., Лан Н.Т. Лексика сферы информационных технологий в профессиональном дискурсе (на материале русского, английского и вьетнамского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 6(60). Ч. 2. – С. 174–177.
42. Алексеева М.Л. Реалии как вербальное выражение специфических черт национальных культур // Научный ежегодник института философии и права уральского отделения Российской Академии наук. – 2007. – № 7. – 338–345.
43. Белоглазова Е.В. О возможности и границах концептуализации ксенонимов // Язык и культура в эпоху глобализации: сборник научных трудов по материалам второй международной научной конференции «Язык и куль-

- тура в эпоху глобализации». 26 марта 2015 г. В двух частях. – Часть 1. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. – С. 19–25.
44. Ма Т.Ю., Сапожникова Ю.В. Голландские ксенонимы в английском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2015. – № 3 (45). – Ч. II. – С. 141–144.
45. Долгова Е.И. Культурологический аспект формирования образа России в британском медиадискурсе (на материале британских печатных изданий) // Коммуникативное пространство культуры: Материалы Международной научной конференции в Орловском государственном институте культуры. Орел, 16–17 марта 2017 г.: Орел, 2017. – С. 229–233.
46. Филатова А.А. Ксенонимы-русизмы в современном немецком языке (на материале лексико-семантического поля «Российские народные промыслы») // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университет им. Н.А. Добролюбова. – 2015. – Выпуск 29. – С. 83–93.
47. Титова О.К. Использование вьетнамских ксенонимов в англоязычной языковой среде // Вестник Университета Российской Академии образования. – 2008. – № 5. – С. 55–56.
48. Карнова Т.С. Ксенонимы-японизмы в английском языке // Наука и образование: проблемы и тенденции развития: материалы Международной научно-практической конференции (Уфа, 20–21 декабря 2013 г.): в 3-х ч. Часть II. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2013. – С. 323–27.
49. Иванова Е.Ю. Описание ксенонимов-японизмов в общих и специальных словарях английского языка // Язык и культура в эпоху глобализации. – 2015. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. – С. 45–51.
50. Кабакчи В.В., Егорова К.А. Лексикография словаря ксенонимов // Язык и культура в эпоху глобализации. – 2015. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. – С. 57–64.
51. Егорова К. А. Западный англоязычный путеводитель по России: бытовая лексика // Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина. Научный журнал. – 2012. – № 2 (7). – С. 194–205.

52. Колмогорова А.В., Маликова А.В. Опыт тезаурусного моделирования способов объективации интерлингвокультурной картины мира (на материале произведений русских писателей-франкофонов) // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2017. – Т. 9. – Вып. 2. – С. 24–31.
53. Чупракова О.В. Способы номинации русских ксенонимов в художественной прозе Айрис Мердок // Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2017. – № 10 (76). – Ч. 2. – С. 187–189.
54. Юзефович Н.Г. Историкографические произведения в контексте неофициального политического дискурса: интерлингвокультурный подход // Язык и культура в эпоху глобализации. – 2015. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. – С. 129–138.
55. Иванова С.В. Дискурсивные практики информационной войны: роль ксенонимов в создании эффекта демонизации // Магия ИННО: новые измерения в лингвистике и лингводидактике: Сб. науч. трудов. В 2 тт. – Т. 1. – 2017. – С. 243–247.
56. Серова И.А. Особенности передачи идионимов при внутреннем переводе // Язык и культура в эпоху глобализации: сборник научных трудов по материалам второй международной научной конференции «Язык и культура в эпоху глобализации». 26 марта 2015 г. В двух частях. Часть 1. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. – С. 97. – 104.
57. Чанышева З.З. Проблема транслируемости ксенонимов (на материале субтитровых переводов американских фильмов) // Профессионально-ориентированный перевод: реальность и перспективы сборник научных трудов 10-й Международной научно-методической интернет-конференции. Москва, 22–23 апреля 2015 г. – Москва: РУДН, 2015. – С. 181–190.
58. Васильев А.Б. К вопросу о способах передачи реалий с русского языка на английский язык // Язык и культура в билингвальном образовательном пространстве: Материалы I Международной научно-практической конфе-

- ренции (Псков, 18–20 мая 2015 г.). – Киев: «Логос», 2015. – С. 21–26.
59. Стучинская Е.А. Адекватность перевода реалий как актуальная проблема кросс-культурной коммуникации // Наука. Университет: Материалы XVII Международной ежегодной научно-практической конференции преподавателей, студентов и аспирантов (Новосибирск, 25 марта 2016 г.). – Новосибирск: «Сибпринт», 2016. – С. 129–132.
60. Болдырев Н.Н. Концепт и значение слова // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: научное издание. – Воронеж, 2001. – С. 25–45.