

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Л.Н. ГУМИЛЕВА
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ И ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

ТУЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Л.Н. ТОЛСТОГО (РОССИЯ)
ФАКУЛЬТЕТ РУССКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЯ
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ

КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (РОССИЯ)
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО
ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ РУССКОГО ЯЗЫКА
И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

СУРГУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РОССИЯ)
КАФЕДРА ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ



РУССКИЙ ЯЗЫК В XXI ВЕКЕ: ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ

МАТЕРИАЛЫ

VI международной научной студенческой конференции

Сургут, 2019

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Л.Н. ГУМИЛЕВА
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ И ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

ТУЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Л.Н. ТОЛСТОГО (РОССИЯ)
ФАКУЛЬТЕТ РУССКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЯ
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ

КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (РОССИЯ)
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО
ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ РУССКОГО ЯЗЫКА
И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

СУРГУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РОССИЯ)
КАФЕДРА ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ



РУССКИЙ ЯЗЫК В XXI ВЕКЕ: ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ

**Материалы VI международной научной
студенческой конференции**

Сургут, 2019

УДК 811.161.1
ББК 81.2Рус
Р88

Редакционная коллегия:

Е.А. Журавлёва (отв. ред., Казахстан), Е.Л. Райхлина, Т.Г. Бочина,
Д.В. Ларкович, Н.В. Ганущак, Н.А. Красовская, Ю.В. Агеева (Россия),
Д.С. Ташимханова, Э.Э. Яворская, А.К. Ешекенева (техн. ред., Казахстан)

Р88 **Русский язык в XXI веке: исследования молодых: материалы VI**
международной научной студенческой конференции / Отв. ред.
Е.А. Журавлёва. – Сургут: РИО БУ «Сургутский государственный
педагогический университет», 2019. – 358 с.

ISBN 978-5-93190-376-7

Сборник содержит статьи участников VI международной научной студенческой конференции, организованной по инициативе кафедры теоретической и прикладной лингвистики Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева (Казахстан) совместно с кафедрой русского языка и литературы факультета русской филологии и документоведения Тульского государственного педагогического университета им. Л.Н. Толстого (Россия), кафедрой русского языка как иностранного Высшей школы русского языка и межкультурной коммуникации Казанского (Приволжского) Федерального университета (Россия), кафедрой филологического образования и журналистики Сургутского государственного педагогического университета (Россия). Выступления участников конференции посвящены актуальным проблемам современного русского языка: состоянию и тенденциям его развития; межкультурной коммуникации и диалогу культур; языковой личности и культуре общения; особенностям изучения своеобразия художественных произведений; прикладным аспектам языкового образования в условиях полиязычия.

УДК 811.161.1
ББК 81.2Рус

ISBN 978-5-93190-376-7

© СурГПУ, 2019

зафиксировано словарями, но оно активно используется носителями русского языка, и, судя по практике употребления, это слово следует произносить с ударением на второй слог.

Азиатские кинематографические термины пришли к нам в том виде, в каком они существуют в языках-источниках, только адаптированы они уже под наш язык. При заимствовании рассмотренные понятия изменили свой внешний облик, приспособились к законам русского языка, начали жить по его нормам. Произошло:

1) *графическое освоение* – передача иноязычных заимствований на письме словами русского алфавита;

2) *фонетическое освоение* – изменение звукового состава слова в результате приспособления его к новым фонетическим условиям;

3) *морфологическое освоение* – приспособление слова к грамматической системе русского языка (например, слово *аниме* является несклоняемым, так как оно похоже на такие несклоняемые существительные, как *кашне, шимпанзе, пюре, коммюнике* и др., а слово *дорама* является склоняемым).

Толкования и этимология многих терминов пока не закреплены в словарях, в результате чего возникает проблема правильности речи.

Литература:

1. Иванов Б.А. Введение в японскую анимацию. – 2-е изд. – М.: Фонд развития кин-матографии; РОФ «Эйзенштейновский центр исследований кинокультуры», 2001. – 396 с.
2. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века: ок. 1500 слов / Е.Н. Шагалова. – М.: АСТ: Астрель, 2011. – 413 с.

ПРОЯВЛЕНИЕ ИМИДЖА СТРАНЫ В СМИ

Елюбаева А.

elubaev_15@mail.ru

Научный руководитель: д.ф.н., профессор Журавлева Е.А.

zhuravleva_ea@mail.eni

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева

Казахстан, г. Астана

В современном мире вопросы формирования имиджа являются весьма актуальными, это может относиться не только к имиджу человека, но и имиджу государства или региона.

В современном русском языке заимствованное из английского языка слово «имидж» является многозначным. Подробно характеристику всех основных значений работы слово «имидж» дает в своем концептуальном исследовании «Имиджеология» российский ученый С.А. Наумова. В работе выделены следующие значения: 1. Имидж – это результат типизации. Имидж представляет собой стереотип, свернутую характеристику кого-либо или чего-либо независимо от того, формируется ли она стихийно или является результатом целенаправленного имиджирования. 2. Имидж – фактор коммуникации. Создатель имиджа пытается вызвать те реакции, в которых он заинтересован. 3. Имидж – элемент символического мира, который с необходимостью создается в процессе типизации. Вещи, люди, объекты природы, процессы и события запечатлеваются в сознании посредством символов. Имидж – один из них. 4. Имидж – результат сложной борьбы определений и оценок, вырабатываемых получателем информации, композиция в умах воспринимающих лиц. Он предполагает комплекс мыслительных интерпретаций, собственных и получаемых из внешних источников [2: 8-9]. Ярким примером восприятия окружающими какого-либо объекта стал имидж страны.

Политический имидж государства играет важнейшую роль в сфере международных отношений: от того, позитивным или негативным он является, зависит успешность реализации внешнеполитических связей с другими странами.

Большую роль в формировании имиджа страны играют средства массовой информации, потому на основе материалов СМИ мы сделали попытку проследить как позиционируют себя такие государства, как Россия и Казахстан. Политический имидж РФ на международной арене в настоящее время является противоречивым. Анализ показал, что СМИ в России используют в качестве инструмента, который поможет в борьбе с негативной оценкой со стороны других стран или других факторов, влияющих на подрыв имиджа.

«Напомним, накануне чемпионата многие СМИ действительно прогнозировали, что вооруженные силы Украины (ВСУ) создадут обострение в Донбассе, чтобы повредить имиджу Москвы» (Рос. новости, 20.08.2018);

«Книги российских писателей искажаются при переводе на английский язык, чтобы испортить имидж России» (Рос. новости, 03.10.2017);

«Все чаще предметом разбирательств становятся видеоролики и посты в соцсетях, авторы которых бросают тень на имидж компаний, снижают заинтересованность потенциальных партнеров в налаживании связей с теми, кто якобы нарушает закон» (Рос. газета, 12.09.2018) и др.

Тексты, несущие позитивные настроения об имидже: «Молодежь сейчас движет дух толерантности и всестороннего интереса к другим культурам, что способствует формированию позитивного имиджа стран ШОС на международной арене» (Рос. газета, 20.09.2018) и др.

Для Казахстана важно сформировать позитивный имидж. Это связано с необходимостью демонстрации отечественной продукции. В укреплении имиджа помогают средства массовой информации, в первую очередь национальные и общественно-политические газеты.

«Богатая сырьевыми ресурсами, известная своей базой по запуску космических кораблей, страна, возглавляемая Н.А. Назарбаевым, стремится сегодня изменить свой имидж и продемонстрировать новый потенциал, чтобы стать участником перемен, происходящих в этой части мира» (Каз. правда, 19.07.2018);

«Еще сильнее имидж региона в глазах арабских бизнесменов укрепила поездка в коммандитное товарищество «Зенченко и К», ежедневно поставляющее в Астану 40 тонн молока, более 6 тонн – в Курганскую область и еще свыше 18 тонн – в Петропавловск» (Каз. правда, 11.07.2018);

«Развитие туризма способствует созданию положительного имиджа как региона, так и страны в целом» (Экспресс К, 17.08.2018) и др.

Имидж территории – очень разноплановый, иногда искусственно создаваемый образ, который складывается в сознании людей. Сколько людей, столько и представлений о конкретной территории может быть продемонстрировано; поскольку сами люди совершенно разные, постольку специфично и их восприятие; кроме того, люди имеют отличающуюся информацию о территории, неодинаков их опыт, связанный с ней. Нередко в основу образа ложатся массовые стереотипные представления (а иногда даже заблуждения), факты, почерпнутые из средств массовой информации, литературных, кинематографических и других источников [3]. Вследствие этого и имидж одной и той же территории в сознании разных людей формируется различный.

Литература:

1. Наумова С.А. Имиджеология: Учеб. пособие / Том. Политехн. ун-т. – Томск, 2004. – 116 с.
2. Понятие «имидж страны» // [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://discovered.com.ua/marketing/imidzh-territorii/>

СТРУКТУРНЫЕ ТИПЫ СЛОГОВ В КАЗАХСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Жантораева З.

rusf2.2015@bk.ru

Научный руководитель: д.ф.н., доцент Джамбаева Ж.А.

dzhambayeva@gmail.com

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева

Казахстан, г. Астана

Каждый язык располагает определенным набором правил строения слов, которые обуславливают его слогостроение. Внутри слога также каждый элемент занимает определенное место и функционирует в соответствии с законами фонотактики данного языка.

Рассмотрение слога в фонологическом аспекте в зависимости от структуры языка дает возможность установить границы слога в каждом конкретном языке и описать основные слоговые типы.

Интерпретация слога в акцентных и сингармонических языках характеризуется принципиальным отличием, диктуемым тем, что в сингармонических языках минимальной конститутивной единицей является слог. С ролью слога как конститутивной единицы, связаны и его фонетические характеристики, а также и морфологическая неделимость слога [1; 2; 3].

Структура как казахского, так и русского слога характеризуется наличием гласного в качестве центрального элемента и согласных, располагающихся в маргинальных положениях [1: 260]. Количество слогов в слове определяется количеством гласных звуков. В зависимости же от количества, расположения или отсутствия согласных по отношению к гласному, выделяются различные структурные типы слогов.