



АСТРАХАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. В. Н. ТАТИЩЕВА

ОСНОВАН В 1912 ГОДУ

*Международная научная конференция*

**«ОРИЕНТАЛИСТИКА:  
ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ,  
ПЕРЕВОДА, КОММУНИКАЦИИ  
И МЕТОДИКИ ОБУЧЕНИЯ»**

*Материалы*

*г. Астрахань, 24 марта 2023 г.*



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
АСТРАХАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. В. Н. ТАТИЩЕВА

*Международная научная конференция*

**«ОРИЕНТАЛИСТИКА:  
ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ,  
ПЕРЕВОДА, КОММУНИКАЦИИ  
И МЕТОДИКИ ОБУЧЕНИЯ»**

*Материалы*

*г. Астрахань, 24 марта 2023 г.*

Составитель  
Ю. Н. Петелина

Астрахань  
Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева  
2024

УДК 811  
ББК 81  
О-65

Рекомендовано к печати редакционно-издательским советом  
Астраханского государственного университета им. В. Н. Татищева

Редакционная коллегия:

- Ю. Н. Петелина*, кандидат филологических наук, доцент  
(АГУ им. В. Н. Татищева, Россия),  
*Е. В. Крайнюченко*, кандидат филологических наук, доцент  
(Сельчукский университет, Турция),  
*Д. В. Александрова*, старший преподаватель кафедры восточных языков  
(АГУ им. В. Н. Татищева, Россия),  
*Д. П. Грыгрышев*, старший преподаватель кафедры восточных языков  
(АГУ им. В. Н. Татищева, Россия),  
*Ж. Г. Султанова*, старший преподаватель кафедры восточных языков  
(АГУ им. В. Н. Татищева, Россия),  
*З. Ш. Газгириева*, старший преподаватель кафедры восточных языков  
(АГУ им. В. Н. Татищева, Россия).

**Ориенталистика: проблемы лингвистики, перевода, коммуникации и методики обучения** : материалы Международной конференции (г. Астрахань, 24 марта 2023 г.) / составитель Ю. Н. Петелина. – Астрахань : Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева, 2024. – 265 с. – ISBN 978-5-9926-1474-9. – 1 CD-ROM. – Систем. требования: Intel Pentium 1.6 GHz и более ; 512 Мб (RAM); Microsoft Windows XP и выше. Adobe Reader. – Заглавие с титульного экрана. – Текст : электронный.

В сборнике материалов Международной научной конференции «Ориенталистика: проблемы лингвистики, перевода, коммуникации и методики обучения» рассматриваются актуальные проблемы межкультурной коммуникации, концептологии, лексикологии и дискурсологии в ориентальном пространстве, а также современные проблемы обучения восточным языкам.

ISBN 978-5-9926-1474-9

© Астраханский государственный университет  
им. В. Н. Татищева, 2024  
© Петелина Ю. Н., составление, 2024  
© Стремина А. И., оформление обложки, 2024

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ ВЕКТОРА ДЕМОНСТРАТИВНОСТИ В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

*Д. П. Грыгрышев, Е. Н. Галичкина*

*Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева*

*grigrishev@gmail.com*

*elenagalich@rambler.ru*

**Аннотация.** На основании одной из целей сетевого дискурса – самопрезентация – анализируются особенности актуализации демонстративности в сетевом общении на материале турецкого языка. В статье описываются интенции «демонстративности» участников сетевой коммуникации, приводится авторское определение понятия «демонстратив» и «вектор демонстративности», выявляются типы демонстратива (объектный, субъектный и смешанный) и лингвистические маркеры самопрезентации в сетевом общении. В результате анализа практического материала было установлено, что актуализация объектного и субъектного типов демонстратива в турецком языке реализуется с помощью особого синтаксического строя предложения, при котором объект или субъект презентации является частью составного именного сказуемого. Сказуемое часто сопровождается конструкцией распространённого определения. Авторы используют стилистические тропы для достижения коммуникативной цели презентации или самопрезентации.

**Ключевые слова:** демонстративность, сетевое общение, виртуальная личность, сетевой дискурс, демонстратив

## LINGUISTIC MARKERS OF THE VECTOR OF DEMONSTRATIVENESS IN TURKISH

*Dmitry P. Grygryshev, Elena N. Galichkina*

*Astrakhan Tatishchev State University*

*grigrishev@gmail.com*

*elenagalich@rambler.ru*

**Abstract.** The article analyzes the peculiarities of demonstrativeness actualization in the network communication on the basis of one of the goals of the network discourse – self-presentation – a case study of the Turkish language. The authors of the article single out the intentions of “demonstrativeness” of online communication participants, give their own definition of “demonstrativeness” and “vector of demonstrativeness”, identify the types of demonstrativeness (objective, subjective and mixed) and linguistic markers of self-presentation in online communication. The analysis of practical material has revealed that the actualization of object and subject types of demonstrativeness in Turkish is realized by means of a special syntactic structure of the sentence in which the object or subject of presentation is a part of a compound nominative predicate. The predicate is often accompanied by the construction of the extended definition. The participants of online communication use stylistic tropes to achieve communicative purpose of presentation or self-presentation.

**Keywords:** network communication, virtual personality, network discourse, demonstrative

## Введение

В настоящее время почти две трети населения всего земного шара имеет доступ к интернету. Многие начинают свой день с проверки новостей в мире, поиска необходимой информации. Использование интернета и социальных сетей стало неотъемлемой частью жизни общества. В основе взаимодействия пользователей социальных сетей лежит демонстративность. Участники сетевого общения «демонстрируют» себя, свою жизнь, достижения, опыт, а также преследуют цель получить признание и поддержку других пользователей. В этой связи изучение феномена «демонстративность» в рамках сетевого взаимодействия представляется актуальным. Цель исследования – описать особенности актуализации демонстративности в сетевом общении (на материале турецкого языка). Материалом анализа послужили публикации пользователей в интернете.

В настоящее время мы наблюдаем резкий рост презентационной функции в опосредованном общении, что является характерным признаком нашего времени. Эта функция была подробно изучена философами, социологами и психологами [Habermas, 1984; Парсонс, 1994; Goffman, 1972, 1974; Bimber, Flanaging, Stohl, 2005; Bennett, 2012; Погонцева, 2012], а в лингвистической литературе презентационный дискурс стал объектом исследования в работах А. В. Олянича [Олянич, 2004]. На наш взгляд, демонстративность может актуализироваться в разных формах: вербальной (обмен мнениями о политике, религии или других социальных вопросах посредством публикаций), невербальной (публикация фотографий, демонстрирующих интересы, стиль жизни пользователей), полимодальной (представляющей комбинацию первых двух форм).

В результате анализа практического материала, мы пришли к выводу, что пользователи публикуют тексты, которые имеют полимодальный характер, представляя собой синтез разных семиотических систем: текста и мультимедиа. Участники сетевого общения публикуют данные медиатексты с целью:

1) социального взаимодействия (публикация медиатекста способствует поддержанию социального взаимодействия со своими друзьями, близкими, помогает поделиться новостями и получить комментарии и отзывы от других пользователей;

2) сохранения воспоминаний (многие люди используют социальные сети, чтобы «сохранить» воспоминания о своих поездках, встречах, событиях и других моментах в своей жизни);

3) самовыражения (публикации могут использоваться пользователями как средство самовыражения, «демонстрации» своих достижений, идей, стиля, увлечений и интересов);

4) рекламы (публикации могут использоваться для продвижения брендов, товаров или услуг в социальных сетях).

Поскольку полимодальные публикации в интернете являются достаточно распространённым способом самопрезентации, то мы можем говорить о формировании определённого жанра сетевого дискурса «демонстратив».

В. И. Карасик в своей работе «Жанры сетевого дискурса» определяет демонстратив как автопрезентации, фотографии себя и / или своих близких, часто с подписью [Карасик, 2019, с. 49–55]. Развивая эту мысль, В. И. Егорова в работе «Социальные сети и их речевые жанры» утверждает, что демонстратив – это основной жанр социальных сетей [Егорова, 2021].

В данном исследовании под «демонстративом», мы понимаем продукт конструирования своего виртуального Я автором страницы в социальной сети. Реализация самопрезентации автора страницы в социальной сети происходит посредством полимодальной публикации с помощью презентационной стратегии. Сам процесс самопрезентации может свидетельствовать о наличии вектора демонстративности. Вектор демонстративности – это семантико-синтаксические особенности построения текстовой части демонстратива, основная цель которых вызвать интерес адресата к объекту и / или субъекту демонстратива сетевого дискурса. «Начальной точкой» данного вектора можно считать автора демонстратива, а «конечной точкой» притяжение внимания адресата к демонстративу. С помощью определённых лингвистических маркеров можно проследить наличие вектора демонстративности и выделить три типа демонстратива: объектный демонстратив, субъектный демонстратив и смешанный тип демонстратива [Грыгрышев, 2022, с. 26–30].

В данном исследовании мы предпримем попытку выявить и проанализировать явление «демонстративности» применительно к турецкому языку. Результаты анализа, представленные в данной статье, помогут заложить основу межъязыковых и межкультурных исследований в области интернет-жанроведения.

### Результаты

Для определения вектора демонстративности и критериев его выделения и функционирования в турецком языке, проанализируем ряд примеров. Рассмотрим публикацию пользователя @ulker от 30 января 2022 г. Фактор прошлого, согласно анкете речевого жанра Т. В. Шмелевой, свидетельствует о том, что автором публикации является крупный турецкий производитель кондитерских изделий. Публикация сопровождается фотографией, на которой изображён продукт производителя (пачка печенья «Çizi Viç»). Над продуктом написано: «*Atıştır, açlığını yatıştır!*» – «*Перекусите, утолите свой голод!*» (здесь и далее перевод наш. – Г. Д. и Г. Е.). От надписи направлена стрелка вниз, ведущая к пачке печенья. В левой и правой окружностях есть надпись: «*İçindeki çocuğu mutlu etmek isteyenler*» – «*Те, кто хочет порадовать ребёнка внутри себя*» – и «*Açlığını yatıştırmak isteyenler*» – «*Те, кто хочет утолить свой голод*». Визуальная составляющая помогает создать мыслительную картинку, которая достигает своей цели: у пользователя возникает желание утолить голод и купить продукт.

Приведём текст публикации:

«*İçindeki çocuğu mutlu etmek isteyenlerin ve açlığını yatıştırmak isteyenlerin ortak noktası tabii ki de Çizi!* 😊

#İçimdekiÇocuk #Ülker»

«Для тех, кто хочет порадовать своего внутреннего ребёнка и утолить голод. Общее для жаждущих – это, конечно же, Çizi! 😊

#Ребёнок внутри меня #Ülker»

Главная цель публикации – «демонстрация» продукта компании (печенья). Автор публикации использует метонимию, точнее глаголы, которые лежат в основе создания тропа: *mutlu etmek* – *осчастливить, сделать счастливым* и *açlığı yatıştırmak* – *утолять голод*. Данный приём позволяет адресату соотнести два действия с объектом и понять, что объект (печенье) может как утолить голод, так и доставить положительные эмоции. Приведённые выше глаголы находятся в конструкции распространённого определения, которая стоит перед определяемым – подлежащим. Подлежащим в данном предложении является двухаффиксный изафет «*ortak noktası*» – «*общее*». Значение данного подлежащего представляет интерес, т. к. оно выполняет описательную функцию продукта. Дословный перевод слова «*ortak noktası*» – «*общая точка*» и повтор слова «*isteyenler*» – «*хотящие, жаждущие*» указывают адресату на то, что печенье является объектом желания. Сам объект презентации (название печенья «Çizi») в тексте употребляется в самом конце восклицательного предложения. В данном примере объект выступает частью составного именного сказуемого. Согласно законам синтаксиса турецкого языка, классическое турецкое предложение имеет рамочную конструкцию: на первом месте в предложении находится подлежащие, а на последнем – сказуемое. В примере данный закон нарушается, что выражается в смещении подлежащего на более близкую позицию к сказуемому. В публикации привлекают внимание графические знаки – эмодзи 😊 (знак смайлика с сердечниками вместо глаз, символизирующий любовь, яркое чувство симпатии) и хештеги #İçimdekiÇocuk и #Ülker. В данной публикации прослеживается наличие вектора демонстративности, который указывает на объектный тип демонстратива. Презентация объекта реализуется с помощью метонимии, основанной на использовании глаголов со значением «иметь желание, намерение, ощущать потребность в чем-либо». Употребление распространённого определения перед подлежащим и составного именного сказуемого, которым выступает сам объект презентации (название печенья), помогает адресату получить более полное представление об объекте презентации.

Использование турецкого языка в социальных сетях может отражать различные аспекты и цели виртуальной личности. Анализ практического материала позволил выделить следующие лингвистические маркеры самопрезентации в сетевом общении:

1) использование турецких слов и фраз, отражающих лингвокультурные особенности представителей данной нации. Использование турецких слов может свидетельствовать о желании человека продемонстрировать свою идентичность и принадлежность к турецкой культуре;

2) использование «турецких» эмодзи, демонстрирующих связь с турецкой культурой;

3) использование хештегов на турецком языке, что, в свою очередь, может помочь привлечь внимание к публикации, а также установить контакт с другими людьми, которые интересуются теми же темами или культурой.

Использование турецкого языка подчёркивает идентичность и привязанность пользователя к турецкой культуре, а также помогает установить коммуникативное взаимодействие с другими пользователями, которые имеют схожие интересы.

Рассмотрим публикацию автора @gokces от 5 января 2023 г. Публикация сопровождается фотографией автора. Мы видим молодую девушку, её селфи в зеркале на фоне стены. Девушка одета в чёрную майку, на её руках мы видим татуировки на разных языках. Обратимся к фактору прошлого автора. Очевидно, что девушка является популярным турецким видеоблогером. Приведём текст публикации:

*«Reel karağında olması gereken fotoğraftı aslında : (»*

*«На самом деле это была фотография, которая должна быть на обложке Reel : (»*

Проанализируем синтаксический порядок слов в предложении. Слово *fotoğraftı* – *фотография* в данном предложении выступает в роли сказуемого (окончание прошедшего субъективного времени *-tı*). Данное явление можно объяснить слиянием существительного и турецкого глагола *ilmek* – *быть*. Т. к. данный глагол утратил свою функцию самостоятельного употребления в качестве сказуемого, то на данном этапе развития языка он употребляется в качестве глагола прошедшего времени со значением «быть» в сочетании с формообразующими аффиксами прошедших времен, который присоединяется к именным частям речи, образуя составное именное сказуемое. Фраза, которая предшествует сказуемому, является конструкцией распространённого определения: *«Reel karağında olması»* – *«которая должна быть на обложке Reel»* – и «демонстрирует» автора данной публикации как важную личность, внешность которой заслуживает быть на обложке видео. Мы косвенно осознаём, что автор считает свою внешность выдающейся, выделяющейся на фоне остальных людей. Мы можем предположить, что автор уделяет большое внимание своему внешнему облику. Обратим внимание на идеографический знак, представленный сочетанием двоеточия и открывающейся круглой скобки, и обозначающий эмоцию грусти и плохого настроения. Используя метод композиционного построения из живописи [Грыгрышев, 2022, с. 26–30] и проецируя его на данный текст, мы можем сделать вывод, что вектор демонстративности данной публикации направлен на объект и субъект. Объектом публикации является сам медиафайл публикации, а субъектом – автор. В этой связи мы можем говорить о наличии смешанного типа демонстративности.

Проанализировав публикации на турецком языке, мы приходим к выводу, что явление демонстративности в турецком языке актуализируется с помощью особого синтаксического строя предложения, при котором объект или субъект презентации является частью составного именного сказуемого. Сказуемое часто сопровождается конструкцией распространённого



определения. Авторы используют стилистические тропы для достижения коммуникативной цели презентации или самопрезентации. Результаты, представленные в данной статье, свидетельствуют о необходимости продолжения научных исследований в данной области.

### Список литературы

1. Галичкина Е. Н. Виртуальная личность как объект изучения антропологической лингвистики. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnaya-lichnost-kak-obekt-izucheniya-antropologicheskoy-lingvistiki> (дата обращения: 24.02.2023).
2. Грыгышев Д. П. Вектор демонстративности как характеристика композиции сетевого демонстратива // Гуманитарные исследования. 2022. № 3 (83). С. 26–30.
3. Егорова В. И. Социальные сети и их речевые жанры. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-i-ih-rechevye-zhanry> (дата обращения: 08.03.2023).
4. Карасик В. И. Жанры сетевого дискурса. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanry-setevogo-diskursa> (дата обращения: 14.02.2023).
5. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса. Волгоград: Парадигма, 2004.
6. Погонцева Д. В. Самопрезентация в киберпространстве // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2012. № 2 (4). С. 66–72.
7. Bennett L. Grounding the European public sphere: looking beyond the mass media to digitally mediated issue publics. URL: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ss0ar-373517>.
8. Bimber B., Flanaging A., Stohl C. Reconceptualizing Collective Action in the Contemporary Media Environment // Communication Theory. 2005. № 15 / 4. P. 365–388.
9. Goffman E. Relations in Public: Microstudies of the Public Order. Harmondsworth: Penguin Books, 1972.
10. Habermas J. The Theory of Communicative Action. London: Heinemann, 1984. Vol. 1: Reason and the Rationalization of Society.

### References

1. Galichkina E. N. *Virtual Personality as an Object of Anthropological Linguistics*. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnaya-lichnost-kak-obekt-izucheniya-antropologicheskoy-lingvistiki> (accessed: 02.24.2023).
2. Grigishev D. P. Vector of demonstrativeness as a characteristic of the composition of a network demonstrative. *Humanitarian Researches*. 2022; 3 (83): 26–30.
3. Egorova V. I. *Social networks and their speech genres*. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-i-ih-rechevye-zhanry> (accessed: 03.08.2023).
4. Karasik V. I. *Genres of network discourse*. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanry-setevogo-diskursa> (accessed: 02.14.2023).
5. Olyanich A. V. *Presentation theory of discourse*. Volgograd: Paradigm; 2004.
6. Pogontseva D. V. Self-presentation in cyberspace. *Philosophical problems of information technologies and cyberspace*. 2012; 2 (4): 66–72.
7. Bennett L. *Grounding the European public sphere: looking beyond the mass media to digitally mediated issue publics*. URL: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ss0ar-373517>.
8. Bimber B., Flanaging A., Stohl C. Reconceptualizing Collective Action in the Contemporary Media Environment. *Communication Theory*. 2005; 15 (4): 365–388.
9. Goffman E. *Relations in Public: Microstudies of the Public Order*. Harmondsworth: Penguin Books, 1972.
10. Habermas J. *The Theory of Communicative Action*. London: Heinemann; 1984; 1.

## СОДЕРЖАНИЕ

---

### АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ, МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И ДИСКУРСОЛОГИИ В ОРИЕНТАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

*Sarakaeva Asia, Sarakaeva Elina*

THE CULTURAL FOUNDATIONS OF CHINESE LEGAL CONSCIOUSNESS .....3

*Стукалова А. А.*

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПЕРЕВОДА КИТАЙСКОЙ  
ФЭНТЕЗИЙНОЙ ЛЕКСИКИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ЖАНРА СЯНЬСЯ .....10

*Солуянова А. А.*

ФРЕЙМ-АНАЛИЗ СТАТЕЙ СМИ США И КИТАЯ,  
ПОСВЯЩЁННЫХ СИТУАЦИИ НА ТАЙВАНЕ.....19

*Даниелян А. А.*

СТРАТЕГИЯ НА ПОВЫШЕНИЕ В ДИПЛОМАТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ  
НА ПРИМЕРЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ ХАСАНА РУХАНИ .....28

*Мезенина С. О.*

СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ  
В ПЕРЕВОДЕ С КИТАЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК  
(НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ШЭН КЭИ "时间少女").....35

*Акимова О. В.*

РЕЧЕВОЕ ПОРТРЕТИРОВАНИЕ КАК МЕТОД ИЗУЧЕНИЯ  
ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ СТРИМЕРА ВИДЕОИГР .....43

*Суюнчалиева Э. Р.*

АКТУАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ «ХЕЙТИНГ»  
В СЕТЕВОМ ДИСКУРСЕ КИТАЯ.....52

*Грыгрышев Д. П., Галичкина Е. Н.*

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ ВЕКТОРА ДЕМОНСТРАТИВНОСТИ  
В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ .....59

*Утралиева А. Д.*

СПОРТИВНЫЙ ДИСКУРС В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ.....65

*Гасанова А. Н.*

КУЛИНАРНЫЙ ДИСКУРС В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ .....69

*Yao Wei*

THINKING OF COSSACK MUSIC CULTURE FROM THE PERSPECTIVE  
OF BUILDING A COMMUNITY OF HUMAN DESTINY .....73

*Архангельская Е. В.*

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ТУРЕЦКОЙ РЕКЛАМЫ.....79

*Новокрещенова Л. И.*

ПРОБЛЕМА ДУХОВНОГО КРИЗИСА ЛИЧНОСТИ  
В ПЬЕСАХ ДАЛЯЛЬ ХАЛИФЫ (КАТАР).....86

*Покусеева Е. А.*

ПОНЯТИЙНЫЙ КОМПОНЕНТ КОНЦЕПТА «ВИРУС»  
В КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ.....95

*Смольякова А. С.*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РУССКОГО ЖЕСТОВОГО ЯЗЫКА  
И ТУРЕЦКОГО ЖЕСТОВОГО ЯЗЫКА .....106

<b>Султанова Ж. Г.</b>	
ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ИНСКРИПЦИЙ СОВРЕМЕННОГО ИРАНСКОГО ГОРОДА .....	111
<b>Суслин В. М.</b>	
АССОЦИАТИВНОЕ ПОЛЕ «МУЖЧИНА» В УСЛОВИЯХ ГЕНДЕРНОЙ СТЕРЕОТИПИЗАЦИИ В КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ .....	116
<b>Туктарова И. А.</b>	
ТЕМА «СЕМЬЯ» В ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКОМ ФОНДЕ ПЕРСИДСКОГО ЯЗЫКА .....	125
<b>Александрова Д. В.</b>	
СЕТЕВОЙ ФОЛЬКЛОР КАК ЭЛЕМЕНТ ИНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРЫ .....	133

#### АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГРАММАТИКИ, ЛЕКСИКОЛОГИИ И СТИЛИСТИКИ ВОСТОЧНЫХ ЯЗЫКОВ

<b>Чуракова М. Р.</b>	
ЭВФЕМИЗМЫ В ПЕРСИДСКОМ ЯЗЫКЕ .....	143
<b>Саутин А. Д.</b>	
ХАРАКТЕРНЫЕ ПРИЗНАКИ СЕТЕВОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ В ИРАНЕ .....	148
<b>Кушаев Д. Р.</b>	
К ВОПРОСУ ОБ ИМЕННОМ ПОЛУАФИКСАЛЬНОМ СЛОВООБРАЗОВАНИИ В ПЕРСИДСКОМ ЯЗЫКЕ .....	154
<b>Зубанов Н. В.</b>	
ФОНЕТИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРСИДСКОГО ИГРОВОГО ЖАРГОНА .....	164
<b>Абдулхаирова Р. И.</b>	
АТРИБУТИВНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ ПО ТЕМЕ «ЗЕМЛЕТРЯСЕНИЕ» .....	170
<b>Хусаинова Г. Ш.</b>	
НАЗВАНИЯ ОБЪЕКТОВ МАТЕРИАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ ХОРАЗМСКОЙ ОБЛАСТИ И ИХ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ В ФОЛЬКЛОРЕ .....	174
<b>Манджиева Е. О.</b>	
УСТАРЕВШАЯ ЛЕКСИКА В КИТАЙСКИХ ИСТОРИЧЕСКИХ СЕРИАЛАХ .....	180
<b>Газзирева З. Ш.</b>	
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА МАРКЕРОВ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО СТИЛЯ С ТУРЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ .....	190
<b>Сулейманова А. Ф.</b>	
СРАВНЕНИЕ СТАМБУЛЬСКОГО И ВОСТОЧНО-ЧЕРНОМОРСКОГО ДИАЛЕКТОВ ТУРЕЦКОГО ЯЗЫКА .....	196
<b>Алыева Г. А.</b>	
ЛИНГВОСЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЕЧИ МЕВЛЮТА ЧАВУШОГЛУ НА ПРЕСС- КОНФЕРЕНЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ ИСЛАМСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА .....	203
<b>Тасов Р. Р.</b>	
МОРФОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДЛОГОВ В ПЕРСИДСКОМ ЯЗЫКЕ .....	209

**ОБУЧЕНИЕ ВОСТОЧНЫМ ЯЗЫКАМ: ИСТОРИЧЕСКИЙ,  
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ И ИННОВАЦИОННЫЙ АСПЕКТЫ**

**Кулаков В.О.**

К ВОПРОСУ ОБ ИСТОРИИ ПОДГОТОВКИ ПЕРЕВОДЧИКОВ  
ПЕРСИДСКОГО ЯЗЫКА В АСТРАХАНИ В XVIII–XIX вв. ....217

**Жань Лин, Кострова М. А.**

ОБУЧЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЕ  
НА ЗАНЯТИИ ПО КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ .....224

**Молодцова П. К.**

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ  
ПРИ ОБУЧЕНИИ РУССКИХ ШКОЛЬНИКОВ КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ .....230

**Десяткина О. Н.**

РАЗВИТИЕ УМЕНИЙ АУДИРОВАНИЯ  
НА СРЕДНЕМ ЭТАПЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ .....237

**Осипова П. А.**

ПРОБЛЕМЫ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ  
МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ .....242

**Усова А. А.**

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОЕКТНОЙ ТЕХНОЛОГИИ  
НА УРОКАХ ТУРЕЦКОГО ЯЗЫКА .....250

**Ткачева В. Г.**

РОЛЕВАЯ ИГРА И ЕЁ ЗНАЧЕНИЕ ПРИ ОБУЧЕНИИ  
ТУРЕЦКОМУ ЯЗЫКУ .....256

# **ОРИЕНТАЛИСТИКА: ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ, ПЕРЕВОДА, КОММУНИКАЦИИ И МЕТОДИКИ ОБУЧЕНИЯ**

*Материалы международной научной конференции*

*г. Астрахань, 24 марта 2023 г.*

Составитель  
Юлия Николаевна Петелина

Материалы публикуются в авторской редакции

Техническое редактирование,  
компьютерная правка, вёрстка  
*Ж. О. Калниязовой, С. Н. Лычагиной*

Заказ № 4573. Тираж 8 электрон. оптич. дисков  
Уч.-изд. л. 16,9. Объём данных 2,3 Мб

---

Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева  
414056, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а  
тел. (8512) 24-66-60 (доб. 3; издательско-полиграфический отдел)  
E-mail: [asupress@yandex.ru](mailto:asupress@yandex.ru)