

национальных валютах; расширение прямых связей между народами стран региона и усиление роли народной дипломатии. Разрабатывая эту программу, китайские специалисты учитывали, во-первых, выгодное географическое положение КНР, имеющей общую границу с тремя странами Центральной Азии, во-вторых, сложившееся традиционное позитивное восприятие мировой общественностью древнего Шелкового пути, в-третьих, возможности распространить экономическое взаимодействие не только на страны Центральной Азии, но и на страны Кавказа, а в перспективе, и Ближнего Востока, и наконец, тот факт, что Китай обладает экономической и финансовой мощью и способен умножить объём инвестиций в крупные региональные проекты. В процессе реализации этого масштабного проекта Китай взаимодействует с разными народами и культурами, а значит, китайским специалистам придется детально прорабатывать понятие «успешности» межличностной коммуникации [2], без учета которого достижение поставленной цели будет сопряжено со значительными сложностями.

**Список литературы**

1. Петрунина Ж.В. Интеграция Китая в АТР: от теории к практике // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2014. Т. 2. № 1 (17). С. 20-22.
2. Краснотулская Ю.Е., Чибисова О.В. Эффективность межкультурной коммуникации // Международный журнал экспериментального образования. 2011. № 8. С. 120.

**ОТРАЖЕНИЕ КОНЦЕПТА «ПОДАРОК» В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

Щепкина А.А., Чибисова О.В.

*Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия, anna\_the\_first@mail.ru*

Подарок является очень важным атрибутом коммуникации как в бизнесе, так и в быту. На фоне активно развивающихся международных отношений России и Китая [1] изучение представления, закрепившегося в сознании представителей китайского народа о концепте «подарок», является необходимым для лучшего формирования мнения о китайской лингвокультуре, национальном характере и языковой картине мира. Для представителей китайской лингвокультуры этикет является очень важной частью социального взаимодействия [2]. Касательно церемонии преподношения подарка нужно отметить, что множество пословиц указывают на то, что за подарок нужно обязательно поблагодарить, и что любой подарок имеет ценность. Также важно заметить, что на подарок принято отвечать подарком. Действительно, в Китае существует обычай преподносить ответный дар. Например, при нанесении визита представителю китайской лингвокультуры во время празднования Китайского Нового года [3], нужно подарить ему два мандарина, как пожелание богатства. В свою очередь вам подарят два других мандарина. Для выявления национальной ментальности мы проанализировали пословицы, поговорки и афоризмы в количестве 33 штук. Мы отметили, что большинство выражений своим главным значением имеют то, что преподношение подарка в Китае является актом вежливости, а следовательно концепт «подарок» имеет положительную коннотацию. В китайской лингвокультуре считается более важным делать подарок, чем принимать, причем подарком может являться что-то непонятное, абстрактное, что может представлять ценность для дарителя, но не для одариваемого человека. Пословица «получивший подарок не выказывает недовольства» означает, что каждый

дар должен восприниматься с благодарностью. Но интересным является тот факт, что согласно некоторым паремиям подарок может преподноситься в корыстных целях, что само по себе имеет негативную окраску.

**Список литературы**

1. Щекина К.И., Петрунина Ж.В. Перспективы сотрудничества РФ со странами АТЭС // Международный журнал экспериментального образования. 2014. № 6-2. С. 81а.
2. Шунейко А.А., Авдеенко И.А. Втягивание участников как этап реализации сценариев информационно-коммуникативных событий // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2011. Т. 2. № 5. С. 55-61.
3. Васильева Я.Ю., Гальперин М.С. Лингвокультурный аспект традиционной праздничной культуры Китая // Международный журнал экспериментального образования. 2011. № 8. С. 95.

**СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРЫ УЖАСОВ Г.Ф. ЛАВКРАФТА**

Эюбова С.З., Иванов А.А.

*Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия, eyubova\_svetlana@mail.ru*

Определяющим аспектом стилистики литературы ужасов является прагматический эффект текста – эмоциональное воздействие на адресата. Творчество Г.Ф. Лавкрафта заслуживает особого внимания, поскольку он был создателем поджанра «черной мистики» и уникальной стилистической манеры. Стилистический анализ проведен на материале отдельных фрагментов четырех новелл: *The tomb*, 1917; *The nameless city*, 1921; *Hypnos*, 1922; *The Festival*, 1923.

В результате анализа выбранных произведений мы пришли к следующим выводам:

Стилистика оригинальных текстов Лавкрафта: функционально-смысловая тип текста – повествование; доминирующая форма речи – монолог от первого лица, диалогов в указанных текстах нет. На лексическом уровне текста Лавкрафт использует высокий стилистический тон, научную и околону научную лексику, архаизмы и историзмы, слова иноязычного происхождения, а также развернутые ряды синонимичных эпитетов. На морфологическом уровне в текстах преобладают существительные, прилагательные и причастия над глаголами и другими частями речи. Тропика и фразеология Лавкрафта насыщена: в количественном отношении доминируют эпитеты (прилагательные, развернутые эпитеты, наречия), затем метафоры и метонимии, гиперболы и олицетворения, сравнения и аналогии, перифразы.

Можно согласиться с тезисом Иванова А.А. о «двойственных семантических функциях тропов в литературе трансгрессивного опыта» [1]. Тропы семантически используются а) как инструменты иносказания, используемые протагонистом для описания невозможных событий и явлений; б) как экспрессивные средства, предполагающие их буквальное, а не иносказательное прочтение. В этом смысле такие выражения, как «soul of the devil-bought», «uncounted ages», «too hideous for sanity or consciousness» нужно понимать не как метафору или гиперболы, а буквально как «проданную дьяволу душу», «неисчислимые века» и «настолько жуткие, что противоречили здравому рассудку и не укладывались в голову».

**Список литературы**

1. Иванов А.А. Дионисийское тело в повседневной культуре Серебряного века: танцевальность и эротизм, медиумизм и патология // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. № 6 (12): в 3-х ч. Ч.1. Тамбов: Грамота, 2011.