

зования социальных сетей в Монголии является то, что в стране нет собственных отечественных порталов. Популярны среди монгольских пользователей социальные сети на 100 % являются иностранными. Кроме того, льготы, предоставляемые пользователям, а также качество обслуживания самих каналов являются не очень высокими. Очень часто провайдеры ограничивают доступ монгольским пользователям ко многим сайтам. Последним недостатком является очень жесткая цензура государства, распространение ложной информации и нарушение прав интеллектуальной собственности.

Наиболее популярными среди монгольских пользователей являются социальные сети Facebook (44,91 % пользователей), Google (19,52 %), два сайта новостей, созданные в Монголии, — News (16,36 %) и Zarmedee (11,79 %) и YouTube (7,3 %).

Опираясь на многочисленные исследования, мы наметили перспективы развития интернет-бизнеса в Монголии. Во-первых, создание собственных социальных сетей специально для монголов в трех направлениях: видео- и игровые сайты; новостные сайты и интернет-магазины. Во-вторых, расширение тематики сетей и сфер их деятельности. И, в-третьих, наиболее интенсивное использование рекламы. Это позволяет создателям сайтов получать большую прибыль, а рекламодателям осуществлять наиболее выгодные продажи. Все это открывает большие перспективы для развития бизнеса в Монголии.

Го Лихун
Guo Lihong
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель В. Н. Черкас

КИТАЙСКАЯ ЧАЙНАЯ КУЛЬТУРА

TEA CULTURE IN CHINA

Цель данной работы — проследить историю возникновения и развития китайской чайной культуры.

В китайской культуре чаю придается большое значение. Он относится к «семи вещам, потребным ежедневно»: рис, соль, масло, уксус, соевый соус,

дрова и чай. В Китае принято пить чай и в повседневных ситуациях, и на официальных мероприятиях.

Самая популярная китайская легенда о чае гласит, что первым попробовал заваренные в кипятке листья чая Шэнь Нун — великое китайское божество, один из Трех Великих императоров. Он часто путешествовал по Китаю в поисках различных целебных трав. Однажды в котелок, в котором Шэнь Нун подогревал на костре воду, с зеленого куста упали несколько листочков. Император почувствовал необыкновенный аромат и после нескольких глотков ощутил прилив сил, ясность ума и необычайную бодрость... С тех пор Великий император не пил других напитков, кроме чая.

К культурному разведению чайных кустов приступили две с лишним тысячи лет назад.

Во времена династии Тан (618–907 гг. н.э.) чайное искусство развивалось быстрыми темпами, появились новые технологии выращивания и обработки чайного листа.

В VIII в. известный поэт танской династии Лу Юй написал знаменитый «Трактат о чае» («Ча Цзин»), в котором приводится полное описание всех известных в то время сортов чая, способов приготовления напитка, обычаев, связанных с чайной культурой.

Лу Юя до сих пор почитают в Китае как чайного бога. Во многих китайских чайных на видном месте можно увидеть статуэтку Лу Юя с чашкой чая в руках.

Чайная церемония — это одна из сторон китайской жизни. Она зародилась в Китае и позднее распространилась на Японию. До сегодняшнего дня чайная церемония — это настоящее искусство.

Китайская чайная культура подразумевает способы приготовления чая, посуду и приборы, используемые при этом, и события, которые служат поводом для чаепития. Китайцы выделяют несколько поводов для того, чтобы приготовить и совместно выпить чая. Среди прочих можно отметить следующие:

- семейная встреча. С годами дети все реже навещают родителей, бабушки и дедушки редко встречаются с внуками. В настоящее время семейное чаепитие становится данью традиции и лишний раз подтверждает значимость института семьи в китайском обществе;
- выражение благодарности старшим в день свадьбы. Жених и невеста на традиционной китайской свадебной церемонии должны, опустившись на колени

перед родителями, в знак уважения преподнести им чай. Родители пьют чай, затем дарят новобрачным красный конверт как символ удачи.

В 1991 г. в городе Ханчжоу (провинция Чжэцзян) — в чайной столице Китая — открылся Китайский национальный музей чая, в котором можно не только ознакомиться с китайской чайной культурой, но и принять участие в чайной церемонии.

Проследив историю развития чайной культуры в Китае, можно прийти к выводу, что она превратилась в достояние китайской нации как на материальном, так и на духовном уровнях.

Источник

1. Чайные традиции Китая [Электронный ресурс] // Миратерра. — Режим доступа: <https://www.miraterra.ru/chajjnye-tradicii-kitaya/>. — Дата доступа: 05.11.2019.

Го Хуэй

Guo Hui

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель И. И. Лапуцкая

КАКИЕ МЕССЕНДЖЕРЫ РАБОТАЮТ В КИТАЕ?

WHAT MESSENGERS WORK IN CHINA?

Мессенджер — это программа для связи пользователей между собой. Сообщения пересылаются практически мгновенно. Приложения разработаны разными компаниями, устанавливаются на компьютер или смартфон. В зависимости от функциональности каждой из программ в них можно просто обмениваться текстовыми сообщениями (как SMS), добавлять в переписку картинки — стикеры, пересылать файлы разного формата, общаться группами или даже осуществлять видеозвонки с одним или несколькими людьми. Для работы необходим интернет.

В Китае многие популярные мессенджеры не работают. Цель данной работы — рассмотреть работу самых популярных мессенджеров в Китае.

В Китае часто используют WeChat, QQ, есть другие программы, такие как Momo и Meet. Около миллиарда человек в Китае используют WeChat и QQ.