



## ПРОСПЕКТ СВОБОДНЫЙ-2016

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ СТУДЕНТОВ,  
АСПИРАНТОВ И МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ

ЭЛЕКТРОННЫЙ СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ,  
АСПИРАНТОВ И МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ  
**«ПРОСПЕКТ СВОБОДНЫЙ-2016»**,  
ПОСВЯЩЁННОЙ ГОДУ ОБРАЗОВАНИЯ  
В СОДРУЖЕСТВЕ НЕЗАВИСИМЫХ ГОСУДАРСТВ

КРАСНОЯРСК, СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

15-25 АПРЕЛЯ 2016 Г.

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет»

Сборник материалов  
Международной конференции студентов,  
аспирантов и молодых учёных  
«Перспектив Свободный-2016»,  
посвящённой Году образования  
в Содружестве Независимых Государств

Красноярск, Сибирский федеральный университет, 15-25 апреля 2016 г.

Красноярск, 2016



ПЕРСПЕКТИВ СВОБОДНЫЙ-2016

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ И МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ

Красноярск, Сибирский федеральный университет, 15-25 апреля 2016 г.

## **«Актуальные проблемы восточных языков»**



## К ВОПРОСУ О ПРОИСХОЖДЕНИИ НЕКОТОРЫХ НЕОЛОГИЗМОВ В КОРЕЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Аюшеева А.С.

научный руководитель канд. филол. наук Цыденова Д.С.

*Бурятский государственный университет*

Корейский язык, как и прочие языки, находится в постоянном изменении и динамике. Фердинанд де Соссюр писал: «Нельзя найти такого языка, который находился бы в состоянии покоя и неподвижности» (Соссюр, 2000: 47). Ярчайшим свидетельством динамики языка является процесс возникновения новых слов, поскольку человеческое общество всегда стремится найти новые средства для номинации обозначаемого. «Эти поиски обусловлены развитием языка в его связях с мышлением и окружающей человека действительностью» (Будагов, 1974: 67). Актуальность исследования определяется необходимостью изучения путей формирования неологизмов в современном корейском языке.

Неологизмы («neos» - новый + «logos» - слово) - это слова, как собственно новые или заимствованные из других языков, так и ранее известные слова, употребляющиеся в ограничении либо за пределами языка, либо на какое-то время ушедшие из употребления, а в настоящий момент ставшие широкоупотребительными.

Понятие неологизма изменчиво во времени и относительно: неологизмом слово остается до тех пор, пока в нем чувствуется новизна. Здесь обращает на себя внимание тот факт, что неологизмы обладают компонентом «длительность» в рамках внутреннего времени. Это означает, что есть неологизмы, которые общеприняты. Их знают носители языка, частота их употребления довольно высока, но, тем не менее, они уже не воспринимаются как нечто новое. Так, например, в корейском языке заимствованное слово □□□□ (tellebijeon — телевизор) в свое время очень быстро вошло в речевую практику и стало понятным всем. Однако есть неологизмы, которые только начинают движение по пути к словарному составу. Они малоизвестны, характеризуются небольшой частотностью употребления, но понимаются носителями языка адекватно, хотя и воспринимаются как нечто новое.

Причиной появления неологизмов является общественный и научно-технический прогресс: появление новых социально-экономических реалий, открытия в области науки и техники, достижения в сфере культуры. Признаком неологизма является абсолютная новизна слова для большинства носителей языка. Слово является неологизмом очень непродолжительное время. Как только слово начинает активно употребляться, оно теряет признак новизны и становится общеупотребительным.

Важным вопросом в масштабах исследования считается так же вопрос о том, как создается новое слово. Установлено, что в акте изначального “крещения” объекта принимает участие особый индивид. В структуре акта номинации в виде отправного пункта оказывается сложное переплетение целей разговаривающего и его собственных смыслов, то есть личное смысловое задание говорящего. Человек, творящий новое слово рвется к индивидуализации и уникальности. Затем слово проходит несколько стадий социализации (принятие его в сообществе) и лексикализации (укрепление в языковой системе). Слово воспринимается посредниками, которые распространяют его среди масс. Это, обычно, преподаватели институтов, школьные учителя, репортеры, сотрудники СМИ. Слово фиксируется в периодической печати. Еще одна стадия социализации – принятие слова широкими массами носителей языка. Далее следует процесс лексикализации, – превращение элемента языка (морфемы, словоформы) или

сочетания элементов (словосочетания) в отдельное знаменательное слово или в другую эквивалентную ему словарную единицу (напр. во фразеологизм), а потом – приобретение навыков адекватного потребления нового слова, другими словами, приобретение коммуникативно-прагматической компетенции носителями языка.

Неологизмы появляются и функционируют в языке по-разному, что позволяет выделить в их составе несколько групп. В основе классификации неологизмов лежат различные критерии их оценки. В зависимости от способов образования выделяют неологизмы *лексические*, которые создаются по продуктивным моделям или заимствуются из других языков и *семантические*, которые возникают в результате присвоения новых значений уже известным словам.

Национальный институт корейского языка публикует ежегодный список корейских неологизмов. Из общего числа 656 неологизмов в 2003 году, 448 (68,3%) были общие слова и 208 (31,7%) были техническими. В 2004 году в общей сложности было 626 неологизмов, среди которых 429 (68,5%) были общими и 197 (31,5%) были технические. Технические условия в основном были связаны с социальными вопросами, спортом и отдыхом, экономикой, медициной, компьютерами и телекоммуникациями.

Способы происхождения неологизмов разнообразны. Советский лингвист, доктор филологических наук, автор учебника «Введение в языковедение» Юрий Сергеевич Маслов выделяет следующие способы происхождения неологизмов:

- Это, прежде всего, образование новых слов по продуктивным словообразовательным моделям с помощью аффиксов.

**Пример:** gwí-cha-nism, (귀차니즘): новое слово

Значение: психологическое состояние, когда не хочется что-либо делать вообще; отношение людей, нежелающих что-либо делать.

Состав: 귀찮다 + 니즘.

gwí-chan-ta (хлопотливый; надоедливый) + суффикс -ism

- Сложения основ, а также стяжение терминологического словосочетания в сложносокращенное слово.

**Пример 1:** ron-ka-jok (폰카족): новое слово

Значение: человек, который часто использует камеру, встроенную в мобильный телефон.

Состав: ron: телефон, ka: первый слог слова «камера», jok: группа.

**Пример 2:** me-ttu-gi-ga-jok (메뚜기가족): новое слово

Значение: семья – кузнечик. Семья движется из одного места в другое часто в поисках лучших школ.

Состав: mettugi – кузнечик; gajok – семья.

- Далее это филиация значений, т. е. придание слову нового значения; в этом случае можно говорить о семантическом неологизме. Примерами могут служить:

**Пример:** o-gyuk-do (오륙도)

Исходное значение: название острова у побережья Пусан имеет такое название, так как в зависимости от погоды видны 5 или 6 островов.

Новый смысл: Вы крадете будущее у подрастающего поколения, если Вы все еще работаете в возрасте 56 лет.

Состав: o- 5, gyuk- 6, do- первый слог слова 도둑 do-duk (вор).

- Затем, получив новое значение, слово становится базой для новых аффиксальных образований, для словосложения (горсовет, райсовет) и т.д.

**Пример:** nam-chin (남친) от слова 남자친구 namjachingu (друг).



Значение: парень, молодой человек, возлюбленный.

Состав: nam- первый слог слова nam-ja (남자 -парень) и chin – первый слог слова chin-gu (친구 - друг).

• Наконец, важным средством пополнения словаря является заимствование из других языков. Заимствования иноязычных терминов представляет собой особый способ пополнения лексики.

**Пример 1:** 아르바이트(areubaiteu) - ‘arbeit’ (нем.) - означает «неполный рабочий день», «подработка», а не «работу» в широком применении;

**Пример 2:** 노트북(noteubuk) - ‘notebook’ (англ.) – 1) компьютер, ноутбук; 2) записная книжка;

**Пример 3:** 블로그 (beullogeu) – ‘blog’ (англ.) - сайт, на котором есть лента новостей одного человека; личная страница в Интернете.

Мнения о том, что в лексике корейского языка слишком много заимствований, необоснованны. Как и в любом другом языке, заимствование является одним из продуктивных способов пополнения лексики языка. Не исключением является и корейский язык.

Таким образом, лексикология корейского языка постоянно обновляется. Рассмотренные нами способы образования неологизмов в корейском языке являются продуктивными. Образованные неологизмы активно вошли в словарный запас носителей языка.

Неологизмы охватывают практически все сферы жизни. Пополнение лексического состава корейского языка происходит как с помощью заимствований из других языков, так и внутриязыковыми средствами, что вновь и вновь доказывает, что язык — это живая система, в которой как в зеркале отражаются все те изменения, которые имеют место быть в нашей повседневной жизни. Ведь ещё Вильгельм фон Гумбольдт писал: «Язык народа есть его дух, и дух народа есть его язык, и трудно представить себе что-то более тождественное». Значит, чтобы идти в ногу со временем и быть в курсе последних тенденций, переводчик должен не только отслеживать новые грамматические явления, но и заниматься изучением пополнения словарного состава языка, одним из основополагающих источников которого являются неологизмы — слова, расширяющие кругозор и позволяющие говорить о свободном знании как современного, так и классического корейского языка.

### Список литературы

1. Алаторцева С.И. Проблемы неологии и русская неография, 1998, 317 с.
2. Будагов Р.А. Новые слова и значения / Р.А. Будагов // Человек и его язык. М., 1976. - С. 147-153.
3. Кубрякова Е.С. Роль словообразования в формировании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира./ Б.А. Серебрянников, Е.С. Кубрякова, В.И. Постовалова и др. М.: Наука, 1988 172 с.
4. Лопатин В.В. Рождение слова: Неологизмы и окказиональные образования. Л., 1978, 152 с.
5. Ю. С. Маслов «Введение в языкознание»
6. Влияние английской лексики на корейский язык. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://jeffkr.narod.ru/english\\_in\\_korean.html](http://jeffkr.narod.ru/english_in_korean.html)
7. Корейско – русский словарь Naver. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rudic.naver.com/>



**ОБЪЕКТИВАЦИЯ ПРОСТРАНСТВА В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ  
БАЗОВЫМИ ГЛАГОЛАМИ НАПРАВЛЕНИЯ ДВИЖЕНИЯ 来 и 去.****Базарова У.Н.,****научный руководитель канд.филол.н. Шахаева А.А.***Бурятский государственный университет*

**Пространство** – одно из основных проявлений реальности, с которым сталкивается человек, как только начинает осознавать себя и познавать окружающий мир<sup>[4]</sup>. На сегодняшний день лингвистов привлекает вопрос о том, как находит отражение в языке познаваемая действительность. В данной статье рассматривается проблема объективации пространства в китайском языке глаголами направления движения.

Е. А. Бардамова определяет **картину мира**, как вместилище знаний о мире, она содержит наиболее важные, системные взгляды на окружающий человека мир, сформированные на основе традиций, аксиологических установок, этических и эстетических норм, образа жизни и направленности деятельности членов лингвокультурного сообщества. Каждый язык имеет концептуальную структуру пространства, которая создалась в результате восприятия обыденным сознанием окружающего мира. Пространство, объективированное языковым сознанием, может быть условно поделено на жилищное пространство, динамическое пространство и пространство рода<sup>[1]</sup>. В центре внимания данной статьи – динамическое пространство китайского языка.

В китайском языке существует горизонтальная («спереди» - «сзади», «слева» - «справа») и вертикальная («вверх», «середина», «низ») шкалы, при помощи которых можно разместить предметы в пространстве. китайский исследователь Фу Яньцзы в статье «Специфический китайский способ локализации событий во времени» приводит пример: при горизонтальной шкале может быть использован корень 前 (впереди), если к нему прибавить 边 (сторона), то получается 前边 (передняя часть). При вертикальной шкале используется следующая система ориентиров: 上 (верх), 中 (середина), 下 (низ). Эта система обозначает расположение предметов друг над другом и друг под другом<sup>[3]</sup>.

Вертикальная и горизонтальная шкалы расположения в пространстве также находят свое отражение в семантике **глаголов направления движения**. Глаголы направления движения – группа глаголов в китайском языке со своими грамматическими особенностями. Отечественные и зарубежные исследователи, изучая группу глаголов направления движения выделяют разное количество глагола, но все исследователи относят к группе глаголов направления движения 来 и 去.

Подробно рассмотрим значения китайских глаголов 来 и 去. По определению А.А. Шахаевой глаголы 来 и 去 являются базовыми простыми глаголами, которые образуют сложные глаголы направления<sup>[5]</sup>. События движения когнитивно обрабатываются каким-либо наблюдателем (говорящим), и он, эксплицитно может отражаться в значении данных глаголов, т.е. особенностью базовых глаголов является, то, что в некоторых ситуациях они могут включать местоположение говорящего лица, то есть говорящий может выступать в качестве ориентира движения.

Глаголы 来 и 去 отличаются в выражении направления совершаемого движения. 来 несет значение направленного движения **к** ориентиру, а 去 **от** ориентира движения, таким образом, они имеют противоположные значения.

Глагол 来 может выражать направленное перемещение в пространстве к говорящему лицу, то есть говорящий является ориентиром движения:

斯蒂芬来[направленное движение к говорящему лицу (сюда)]这里挑队员的消息<sup>1</sup> (Стивен пришел сюда и принес новости команды).

Глагол 去 указывает направление в пространстве от говорящего лица, то есть говорящий также является ориентиром движения:

我以后都要一个人去[направленное движение от говорящего лица (туда)]一次雪山(После этого я хочу в одиночку пойти на снежную гору).

Рассматриваемые глаголы также могут выражать ситуации направленного движения, где местоположение говорящего не является ориентиром движения (иногда говорящий может являться сторонним наблюдателем за ситуацией):

他差不多想好了, 要告诉刘豆豆, 斯蒂芬又 来了 [направленное движение к ориентиру (местоположение Лю Доуду)]... (Он вроде бы хорошо подумал и хотел сообщить Лю Доуду, Стивен снова пришел...).

一个大老爷们儿去[направленное движение от ориентира (местоположение дедушки)]给别人理发 (Один дедушка ушел стричь другого человека).

Базовые глаголы 来 и 去 могут формировать сложные глаголы направления движения, при этом они не теряют своей семантики и уточняют значение глагола значением направления к или от ориентира движения.

人还以为等着做头发的, 推们并不 进来 [направленное движение внутрь закрытого пространства по направлению к ориентиру], 而是问: 要排队? (Люди все еще ждали парикмахерских услуг, толкали дверь, но не входили, а спрашивали: Есть очередь?).

等适应了室内的光线, 关雨就 进去 了 [направленное движение внутрь закрытого пространства по направлению от ориентира] (Привыкнув к лучам света в кабинете Гуан Юй сразу вошел).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в китайском языке очень важно местонахождение говорящего лица по отношению к ситуации направления движения, что говорит об антропоцентричности китайских глаголов направления движения.

### Список литературы

1. Бардамова Е. А. Пространство и время в языковой картине бурят. – Улан-Удэ :Изд-во Бурятскогогос-университета, 2011. – с.9;
2. Горелов В. И. Теоретическая грамматика китайского языка / В.И. Горелов.- Москва: Изд-во Просвещение, 1989. - 318 с.
3. Фу Яньцзе. Специфический китайский способ локализации событий во времени /Фу Яньцзе // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Педагогика». Раздел II. Теория и методика преподавания. № 2. – Москва: Изд-во МГОУ, 2009. - с.162;
4. Шанталины Ю. А. Речевая объективация концепта «Пространство» в поэзии Н.С. Гумилева [Электронный ресурс]: / Ю.А. Шанталины // Вестник Самарского государственного университета. Гуманитарная серия. № 10/2 (50). - Самара: Изд-во Самарского гос-университета, 2006. <http://gumilev.ru/about/148/>
5. Шахаева А.А. Семантика базовых глаголов направления движения «来» и «去» /А.А. Шахаева // Вестник Бурятского государственного университета. Серия «Востоковедение» Выпуск №8. – Улан-Удэ: Изд-во Бурятского гос-университета, 2012. – с.114;

<sup>1</sup> Тут и далее примеры взяты из сборника«21 世纪中国文学大系编委会» с.5, 6, 15, 29, 175, 200.



6. 21 世纪中国文学大系编委会. - /韩忠良//. -沈阳: 春风文艺, 2004.



**КИТАЙСКИЕ ЭВФЕМИЗМЫ СМЕРТИ В СТРАТИФИКАЦИОННОМ  
АСПЕКТЕ НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА ЦАО СЮЭ-ЦИНЯ  
«СОН В КРАСНОМ ТЕРЕМЕ»**

**Баяндина И.В.**

**Научный руководитель старший преподаватель Нагибина И.Г.**

*Сибирский федеральный университет*

Эвфемизмы - это слова, выражения, употребляемые для замены таких обозначений, которые могут показаться адресату грубыми, неприличными или нежелательными в той или иной ситуации [1]. Источником происхождения эвфемизмов является табу, т.е. запреты использования слов, в основном относящихся к основным этапам жизни: рождение, вступление в брак и похороны.

У явления эвфемизации существуют разные цели. Во-первых - уход от конфликтов и неудач в процессе общения. Во-вторых - вуалирование смысла сообщения. Это часто применяется в специальных подразделениях органов власти, например в ФСБ, в конспиративных целях. В-третьих, если адресант стремится передать адресату то или иное сообщение, он использует специальные лексические единицы, которые известны только двум говорящим сторонам.

«Смерть» в китайской культуре является табуированной темой. Поэтому в Китае в значительной степени распространено использование эвфемизмов, особенно связанных с данной тематикой. Чаще всего эвфемизмы смерти прослеживаются в художественных произведениях литературы, особенно в эпохальном романе китайской классической литературы «Сон в красном тереме» Цао Сюэ-Циня. Данное произведение является великолепным творением китайской культуры, так как подробно описывает культурно-бытовой аспект жизни китайского народа: начиная с момента рождения человека, свадебных церемоний, обрядов и заканчивая похоронами. Это своего рода энциклопедия знаний о китайской культуре.

В романе «Сон в красном тереме» был выделен 51 эвфемизм, связанный с феноменом смерти посредством метода структурного анализа контекстов, полученных с помощью сплошной выборки из произведения, на китайском и русском языках. На данный момент, проводится недостаточное количество исследований эвфемизмов, связанных с феноменом смерти в сопоставлении русского и китайского языков, поэтому выделенные единицы были классифицированы на несколько типов согласно их дефинициям в толковом словаре китайского языка. Стратификация проводится для того, чтобы структурировать обработанный материал для наилучшего восприятия. Рассмотрим следующую классификацию:

- 1) Смерть в совершеннолетнем возрасте;
- 2) Смерть в молодом возрасте (до наступления совершеннолетия);
- 3) Смерть в религиозном аспекте: буддизм и даосизм;
- 4) Смерть в результате убийства;
- 5) Смерть в результате самоубийства;

Мы относим к первому типу следующие эвфемизмы: 没了 mèle, 伸腿 shēntuǐ, 回首 huíshǒu, 去世 qùshì, 下世 xiàshì, 辞世 císhì, 亡故 wánggù, □逝 chángshì, 寿□ shòuzhōng, □偶 sàng'ǒu, 溘逝 kèshì, 双亡 shuāngwáng, □□ línzhōng, 捐□ juānguǎn, 告殂 gào cú. Перечисленные единицы обладают общим значением «成年人死去» chéngniánrén sǐ qù «умереть в зрелом возрасте».

Далее следует второй тип, который включает: 早亡 zǎowáng, 早故 zǎo gù, 早夭 zǎoyāo, 早逝 zǎoshì, 夭亡 yāowáng, 夭折 yāozhé, 夭逝 yǎoshì, 寿夭 shòuyāo. Объединяющим значением будет являться «未成年即死» wèichéngnián jí sǐ «умереть в молодом возрасте».

К третьему типу относятся эвфемизмы, связанные с даосизмом и буддизмом:

- даосизм: 仙逝 xiānshì, □升 fēishēng, 羽化 yǔhuà, 升天 shēngtiān, 升仙 shēngxiān, 登仙 dēngxiān, 仙去 xiānqù, 成仙 chéng xiān
- буддизм: □寂 yuánjì, □西 guīxī

Мы посчитали необходимостью объединить перечисленные лексические единицы в одну категорию, так они непосредственно связаны с религией. В толком словаре данные эвфемизмы имеют схожую дефиницию: «指人死亡» zhǐrén sǐwáng «умереть».

В даосской религии смерть представляется как «становление бессмертным и вознесение на небо»; в буддизме преобладает иной взгляд на смерть: «вхождение в состояние нирваны».

Следующим типом являются эвфемизмы, связанные с убийством: 身故 shēngù, 身亡 shēnwáng, 送命 sòngmìng, □身 yǐnshēn, □命 yǐnmìng, 消亡 xiāowáng, 横死 hèngsǐ. Ряд указанных единиц объединяется значением «□失生命» sàngshī shēngmìng «лишиться жизни».

Завершается классификация категорией суицида: 自尽 zìjìn, □死 xúnsǐ, 自逝 zìshì, 暴殄□生 bàotiǎn qīngshēng, 自□短□ zì xún duǎn jiàn, 歿 mò, 触柱而亡 chùzhù'érwáng, 投井死 tóujǐng sǐ, 吊死 diào sǐ. Толковый словарь китайского языка дает следующее определение: «自□» zìshā «свести счеты с жизнью».

Полученные результаты исследования отражают трепетное отношение китайской культуры к смерти. В китайской народной традиции смерть не является прекращением жизни, а наоборот её продолжением. Поэтому китайцы чуть ли не с самого рождения готовились к смерти: совершали жертвоприношения, чтобы почтить предков, покупали ритуальные похоронные предметы. Таким образом, они проявляли свое уважение к смерти и тем самым верили, что предки смогут защитить их от нечистой силы и сохранить гармонию в семье. Поэтому китайцы прибегают к использованию эвфемизмов, чтобы не вызвать гнева предков и не навлечь на себя бед.

### Список литературы

1. Богданова Л.И. Стилистика русского языка и культура речи. Лексикология для речевых действий. М.: «Флинта», «Наука», 2011. 248с.
2. Духовная культура Китая. Том 2. Мифология. Религия/ред. М.Л. Титаренко [и др.]. М.: Восточная литература, 2006. 869 с.
3. 曹雪芹, 高鄂. □楼梦. 从第一部到第三部. 中国古典精□文□. 1763-1791[Цао Сюэ-Цинь, Гао Э. Сон в красном тереме. Том 1-3].
4. □典 [Электронный ресурс]. 2015. URL: <http://www.zdic.net/> (дата обращения: 05.02.16)



## БУКВЕННЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В КАНТОНСКОМ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Бирюлина Е.А.

научный руководитель к.ф.н., доц. Волкова О.Н.

Сибирский Федеральный Университет

Буквенные слова (или 字母 □ *цзымуцы*) -это слова китайского языка, частично или полностью состоящие из букв преимущественно латинского алфавита. Например, такие слова как 卡拉 ОК *калаокей* караоке, □生素 А *вэйшэнсу* витамин А, CD, UFO и т.д. Впервые об этом типе заимствования написал китайский ученый Лю Юнцюань в своем труде «Разговор о буквенных словах» в 1994 году. Лю Юнцюнь отмечает, что это специфический термин, который может применяться исключительно к языкам, не использующим алфавит на письме [4].

Большинство подобных слов – заимствования, что позволяет включить их в данное исследование, соответственно в данной работе будут ниже рассмотрены только те буквенные слова и выражения, которые не являются латинизированным написанием исконно китайских слов. Так как большее количество заимствований в кантонском диалекте пришло именно из английского языка, то мы будем говорить именно о них.

Исследователь Тянь Сяолин в своей статье «Исследование лексики современного китайского языка и общества Гонконга» отмечает, что в большинстве своем форма написания буквенных слов в кантонском диалекте в китайском языке совпадают, однако, из-за того, что Гонконг изначально более тесно сотрудничал с иностранным миром, то часть буквенных слов может отличаться. Всего ученый выделяет следующие 5 видов буквенных слов [3]:

1. Буква или буквы латинского алфавита + китайская морфема.
2. Буква или буквы латинского алфавита + китайский иероглиф.
3. Буквы латинского алфавита.
4. Буква или буквы латинского алфавита + цифра.
5. Цифра + слово английского языка.

Больше всего было обнаружено буквенных слов из третьей группы (буквы латинского алфавита), например, *CID, OD, cake, thx, office, sms, party* и другие. Стоит отметить, что чаще всего буквенные заимствования представлены именно в виде полноценных слов, а не аббревиатур. Широко употребляются слова бытовой сферы (досуг, отдых, продукты питания) – *band, party, cake, clubbing, bar, golf*; и деловой сферы - *office, agent, team*. Среди буквенных заимствований встречаются названия марок одежды, техники, автомобилей, а именно: *Armani, Iphone, Audi, Sony, LV (Louis Vuitton), Benz*. Достаточно много буквенных слов и среди интернет-лексики и интернет-слэнга, например, названия сайтов и приложений - *WhatsApp, Facebook, OpenDiary*, общеупотребительные термины в сети интернет - *tag, offline, mail, thx (thanks)*.

Однако, встречаются и англоязычные аббревиатуры, такие как *CID (Criminal Investigation Department), LV (Louis Vuitton), MSN (Microsoft Service Network), SMS (Short Message Service)*.

Говоря о морфологическом составе буквенных заимствований, стоит отметить, что значительную часть занимают именно глаголы, например, *send, do, stop, copy, add, call, check, sorry, lock* и т.д. Также встретилось одно наречие - *forever*, и указательное местоимение – *here*.

Все эти слова свободно функционируют в кантонском диалекте, подчиняясь правилам грамматики и словообразования данной языковой системы. Например, в предложении «我知·佢 WhatsApp 左我» (*Я знаю, он написал мне в WhatsApp*), слово «WhatsApp» употребляется как глагол (несмотря на его изначальную принадлежность к группе существительных), соответственно, после него идет индикатор совершенного действия – глагольная частица 左.

Так в предложении «我已經 copy 緊 Yooy 個 mail 準備 add □» (*Я уже скопировал почтовый ящик Йоюо и подновился к тому, чтобы добавить его*) перед словом mail (почтовый ящик) стоит счетное слово 個 – индикатор для существительных. Кроме того, было замечено, что в речи буквенные заимствования зачастую заменяют на только исконную лексику, но и сама заимствования другого типа (например, фонетического). Так, в предложении «去左打 Golf» (*Пошел играть в гольф*) употреблено именно англоязычное буквенное заимствование «Golf».

Буквенные заимствования, как и другие заимствования в кантонском диалекте имеют тенденцию к смене частеречной принадлежности. Как уже было указано ранее, слово «WhatsApp» изначальное является существительным, но в речи оно употребляется в качестве глагола «佢 WhatsApp 左我». Возьмем другой пример, в фразе «sms 比我» (*Отправил мне смс*) слово «смс», изначальное существительное, употреблено также в качестве глагола.

### Список литературы

1. Bauer, R.S., Wong, C.S.P. 2008. Database of English Loanwords in Cantonese. URL: <http://funstuff.engl.polyu.edu.hk/loanwords/> (дата обращения 30.03.2016).
2. Liu, Yongquan. 2002. On the Problems of Chinese Lettered Words. SINO-PLATONIC PAPERS, 116. 13 p.
3. 田小琳, □代□□□□和香港社会之研究 [Тянь Сяолин, Исследование лексики современного китайского языка и общества Гонконга]. URL: <http://www.huayuqiao.org/articles/tianxiaolin/txl13.htm> (дата обращения 30.03.2016).



**ОПИСАНИЕ СЕМАНТИКО-СТРОЕВОГО УРОВНЯ ЯЗЫКОВОЙ  
ЛИЧНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ЛИЧНОСТИ ПЕТРА ПОРОШЕНКО  
В МАСС-МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ КНР)**

**Воротнева А.П.,  
научный руководитель Тарасова В.В.  
Сибирский федеральный университет**

В лингвистических исследованиях последних десятилетий языковая личность стала центром глубокого изучения и описания, однако многие аспекты данной проблемы до сих пор остаются нерешенными. На сегодняшний день не только не установлены общепринятые методы изучения и описания языковой личности, но и не выявлено четкое определение термина «языковая личность» [1].

В нашем исследовании мы рассматриваем языковую личность как обобщенный образ носителя определенной лингвокультуры, реализующийся в заданном контексте. Выбор определения «носитель определенной лингвокультуры» обосновывается тем, что языковая личность формируется на основе общенациональных черт, накладываемых языком, картиной мира, складывающейся под влиянием социума, и ценностных ориентиров, которые человек избирает в ходе своего духовного развития. Слова «заданный контекст» акцентируют внимание на том, что к образу рассматриваемой языковой личности будет примешан контекст перформативной ситуации, в которой находится человек, играющий роль политика, а также будет влиять восприятие наблюдателей, являющихся представителями другой лингвокультуры.

При описании языковой личности Петра Порошенко мы придерживались уровневой модели, предложенной Ю.Н. Карауловым. Согласно данной модели, языковая личность состоит из семантико-строевого, лингво-когнитивного и мотивационного уровней [2]. Именно описанию первого, семантико-строевого уровня, посвящена данная статья.

Изучение первого (или нулевого, как его определяет Ю.Н. Караулов) уровня языковой личности мы строили на отборе и анализе языковых единиц, которые характеризуют личность Петра Порошенко относительно его принадлежности к той или иной социальной группе и лингвокультуре. На данном этапе мы рассмотрели тексты, взятые из китайских газет, новостных интернет-блогов, выпусков новостей.

Проанализировав тексты, мы выбрали те лексические единицы, которые наиболее ярко отражают личностные качества Петра Порошенко. Хотелось бы отметить, что в рассмотренных нами текстах практически нет тех языковых единиц, которые могли бы рассматриваться как маркеры украинской лингвокультуры. Возможно, это обусловлено тем, что политический дискурс в наше время стал относительно универсальным для всех передовых стран. С другой стороны, отсутствие культурных маркеров может быть объяснено тем, что речь Петра Порошенко в данных текстах адаптирована переводом, который ориентирован на адресата китайской культуры.

Итак, проанализировав лексику в текстах Петра Порошенко, мы разделили ее на четыре семантические группы:

- 1) лексические единицы со значением кооперации,
- 2) со значением борьбы и противостояния,
- 3) со значением предоставления благ народу,
- 4) со значением выполнения функций главы государства.

Лексика первой группы как правило употребляется, когда речь идет о сотрудничестве Украины и Евросоюза, о вступлении Украины в Евросоюз. Также в текстах 2015–2016 годов заходит речь о сотрудничестве между Россией и Украиной. В таком контексте часто встречается глагол 理顺 (наладить, отрегулировать) с существительным 关系 (связь, отношения). Также Петр Порошенко часто использует в своей речи глагол 签署 (подписывать), который употребляется с такими существительными как 联盟协议 (соглашение об объединении) и 协定 (конвенция). Для обозначения зоны сотрудничества употребляются сочетания 政治结盟 (политический союз), 经济融合 (экономическое объединение), глагол 建立 (построить) с существительным 贸易区 (зона торговли), притом 贸易区 характеризуется сочетанием прилагательных 深入 (тщательно изученный, продуманный) и 全面 (всесторонний). В контексте о подписании соглашения с Евросоюзом часто встречается существительное из сферы специальной политической лексики 欧盟成员 (член Евросоюза) и нейтральное 会面 (встреча).

В группе лексики со значением «борьбы и противостояния» мы выделили в первую очередь единицы с семантикой разделения. К таким относится глагол 分裂 (разделять) и существительное 分子 (сепаратист). Последнее употребляется крайне часто применительно к представителям оппозиции, притом существительное 分子 сопровождается такими характеристиками как 激进 (радикальный), 恐怖 (ужасный, террористический). Наряду с 分子 в отношении к оппозиционерам употребляется существительное с еще более негативной коннотацией – 匪徒 (бандит, разбойник). Для противопоставления сил Украинской армии и сил противников используется лексика с семантикой войны: 战争 (война), 牺牲 (жертва), 打击 (наносить удар), 战力 (боеспособность), 武器 (оружие), 雇佣兵 (наемный солдат), 俘虏 (военнопленный), 投降 (капитулировать). Притом чтобы подчеркнуть превосходство Украинской армии Петр Порошенко в сочетании с глаголом 投降 (капитулировать) использует модальный глагол 迫 (вынужден). Кроме того, с той же целью употребляются такие сочетания как 不容让步 (не допустить уступок) и 不可能妥协 (компромисс невозможен).

Анализируя данную группу лексики, мы можем сделать вывод, что через свои тексты Петр Порошенко выстраивает образ сильного, решительного политика, придерживающегося конкретной точки зрения и предпринимающего определенные меры для решения политических проблем. Об этом свидетельствует название представителей оппозиции именами с негативной окраской (分子, 匪徒), употребление эпитетов с той же коннотацией (激进, 恐怖). Решительность в принятии решений демонстрируется сочетаниями 不容让步 и 不可能妥协.

В группе со значением «предоставления благ народу» выделяются существительные с семантикой из разряда «человеческие права»: 权利 (права), 民主制 (демократия), 自由 (свобода), 社会的意愿 (желание общества). Также нередко лексические единицы, которые мы объединили в семантическую подгруппу «изменение общества к лучшему». К данной подгруппе мы отнесли: 选举 (выборы), 慈善 (благотворительность), 投资 (капиталовложение) в сочетании с прилагательным 大规模 (крупномасштабный), 团结 сплоченность, 推进 (продвижение), 前景 (перспективы). Также выделяются единицы с семантикой «что нужно сделать, чтобы изменить общество к лучшему»: сочетание 不断打击 (безостановочно бороться) в контексте с существительным 腐败 (коррупция), глагольное сочетание 停火

(остановить военные действия) и слово 和平 (мир) как оппозиция к слову 战争 (война), которая выражается через глагол 换取 (поменять на).

Группу лексических единиц со значением выполнения функций главы страны также можно разделить на несколько семантических подгрупп. К первой будут относиться действия, которые Петр Порошенко намеревается совершить: глаголы 实行 и 实现 (реализовывать), 创造 и 建立 (построить), 完成 (завершить), 展开 (разворачивать) с сочетанием 全国对话 (общенациональный диалог), 恢复 (восстанавливать) с существительным 稳定 (стабильность), 履行 (исполнять) с существительным 责任 (обязанности). Вторую подгруппу мы обозначили как «хорошее отношение к народу и гарантия процветания»: 看重 (ценить, уважать), 庄严宣誓 и 郑重地宣誓 (торжественно клясться), 致力 (отдавать все силы), 效忠 (служить верой и правдой), 实施赦免 (осуществлять помилование), 遵守 (соблюдать) с существительными 宪法 (конституция) и 法律 (закон). Отдельно выделим единицы с семантикой «защиты, заботы»: 维护 (защищать) в сочетании с существительными 主权 (суверенные права), 独立 (независимость), 同胞利益 (интересы соотечественников); 照顾 (заботиться) с существительными 福利 (благосостояние) и 领土完整 (территориальная целостность); 保卫 (охранять) в сочетании с 公民的权利和自由 (гражданские права и свободы).

Данная группа лексики отражает такую черту президента Петра Порошенко как забота о своем народе, что выражается в широком употреблении разных глаголов с семантикой защиты, заботы (维护, 保卫, 照顾). Кроме того, понятие 民主制 (демократия), которое мы отнесли к группе «предоставление благ народу», подкрепляется тем фактом, что Петр Порошенко называет свою аудиторию не «подданные, народ», а использует слова 同胞 (соотечественник), 公民 (гражданин). Кроме того, президент подробно перечисляет все права и блага, которые он гарантирует людям, активно используя позитивно окрашенные глаголы высокого стиля 庄严宣誓 и 郑重地宣誓 (торжественно клясться). Таким образом, мы можем сделать вывод, что в отношении к украинскому народу Петр Порошенко создает образ мудрого политика, который чтит законы, уважает права сограждан и стремится привести общество к процветанию.

Проанализировав все четыре семантические группы лексики, мы можем составить портрет языковой личности Петра Порошенко на семантико-строеном уровне. На данном этапе мы не берем во внимание согласованности семантики лексических единиц с истинными целями и намерениями, для которых эти единицы употребляются, не учитываем мотивы, поведенческие стратегии и ценностные ориентиры Петра Порошенко. Также мы не рассматриваем и не будем рассматривать подтверждаются ли слова Петра Порошенко его непосредственными политическими действиями, так как это не входит в сферу лингвистических исследований.

Подводя итог в исследовании семантико-строеного уровня личности Петра Порошенко, мы можем сказать, что в своем лексиконе Петр Порошенко предстает как сильный политик, руководитель страны, который стремится привести государство к стабильности и процветанию. Во внешней политике он характеризуется как человек, способный принимать радикальные решения, но в то же время готовый к переговорам и поиску компромисса.



### Список литературы

1. Арискина О.Л., Дрягина Е.А. Языковая коммуникативная личность: различные подходы к исследованию // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 25 (240). С. 15–18.
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. М.: Изд-во ЛКИ, 2010. 264 с.



## ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ТИПАЖ «ЛИСИЦА-ОБОРОТЕНЬ»: ЦЕННОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Логинова Т.А.

научный руководитель канд. филос. наук Волкова О.Н.

Сибирский федеральный университет

Лингвокультурный типаж – это концепт, содержанием которого является обобщенный образ личности, чье поведение и чьи ценностные ориентации существенным образом влияют на лингвокультуру в целом и являются показателями этнического и социального своеобразия общества [3]. Изучение лингвокультурных типажей происходит путем построения модели концептуального анализа, таким образом создается возможность выявить понятийные, образные и ценностные характеристики данного исследуемого типажа. Исходя из этого, О.А. Дмитриева предлагает рассматривать лингвокультурный типаж в трех аспектах: 1) определение дефиниционных признаков объекта, 2) описание проявления объекта через его прямые и опосредованные перцептивные характеристики, 3) описание ценностных признаков – оценочных высказываний, характеризующих как приоритеты данного типажа, так и его оценку со стороны окружающих его людей [2].

Лисица-оборотень – один из наиболее ярко выраженных типажей китайской лингвокультуры, который, по определению российского китаевода В.М. Алексева, существует в Китае «неизвестно даже с какого времени» [1]. Описание данного лингвокультурного типажа представляется нам интересным, потому что при его изучении в фокусе нашего внимания находится персонаж, занимающий одно из центральных мест в культуре старого Китая. Кроме того, этот образ, складывавшийся на протяжении многих столетий, популярен и широко узнаваем и в настоящее время. На данный момент существует очень мало описаний типажей восточной лингвокультуры. Это говорит о несомненной актуальности данной работы. Лиса ярко представлена в современном кинематографе Китая, поэтому материалом для исследования послужили монологи и диалоги героев из двух китайских художественных фильмов: “画皮 II” («Раскрашенная кожа 2», 2012, реж. Вуэршан) и “白狐” («Белая лисица», 2013, реж. Нью Чаоян).

В данной статье более подробно будет рассмотрена ценностная составляющая типажа «лисица-оборотень». На основе алгоритма, предложенного О.А. Дмитриевой, для изучения ценностных характеристик лингвокультурного типажа необходимо выделить ключевые концепты. Несомненно, одной из главных ценностей лингвокультурного типажа «лисица-оборотень» является концепт “外貌” wàimào (ваймао) – «внешность». Лисицы, как обладательницы исключительной красоты, считают, что внешность очень важна для женщины, так как это её главное оружие для привлечения мужчин. Они абсолютно уверены в том, что мужчины видят в женщинах только внешнюю оболочку. Данное мнение лисиц-оборотней подтверждается репликами из исследуемых фильмов:

1. 男人最在乎的还是女人的样貌。 – *Красота в женщине больше всего важна для мужчин.*
2. 男人眼里只有女人的皮相。 – *Мужчины видят только красоту женщины.*
3. 你是天下最美的女人。世上没有一个男人能抵御你的媚惑。 – *Ты самая красивая женщина в мире. Ни один мужчина не сможет устоять перед твоими чарами.*

Другой ценностью рассматриваемого лингвокультурного типажа является концепт “爱情” àiqíng (айцин) – «любовь». Несмотря на то, что большинство лисиц-оборотней приносят людям одни несчастья, им знакомо также и такое благородное чувство, как любовь. При анализе коммуникативного поведения лисиц из кинофильмов было доказано, что они стремятся познать любовь. Кроме того, о любви у лисиц сложилось весьма прочно устоявшееся представление. Всё это подтверждается нижеследующими примерами:

1. 我来到这个世界，从未爱过。我只是希望能够找到属于自己的一份真爱。 – *С приходом в этот мир я ещё ни разу не любила. Я очень надеюсь, что смогу найти настоящую любовь.*

2. 元丰，你可爱我？ – 爱是什么？ – 爱是与你相拥，地久天长。意思是你觉得那个人好，只想跟那个人在一起。愿意拥抱着她，无论怎样也不分开。 – *Юань Фэн, ты меня любишь? – А что такое любовь? – Любовь – это долго-долго обнимать человека, пока есть земля и небо (в значении «навсегда»). Проще говоря, ты считаешь, что эта девушка очень хорошая, тебе постоянно хочется быть с ней. Ты хочешь обнимать её. Ты не оставишь её несмотря ни на что.*

3. 今生爱不成，那就来生再爱吧。 – *Если мне не суждено найти любовь в этой жизни, будут искать её в следующей.*

Наряду с этим ключевым концептом типажа «лисица-оборотень» также является концепт “做人” zuòrén (цзожэнь) – «стать человеком». В кинофильмах лисица страстно стремилась стать человеком. В процессе исследования коммуникативного поведения лисы было выявлено ее невероятное стремление стать человеком, испытать настоящие человеческие чувства. Одна из героинь хотела «видеть, какого цвета небо, чувствовать как пахнут цветы». Она была готова даже на физическую боль (по сценарию фильма героиню, в которую превращалась лиса, ожидали вечные страдания): 去了天狼国你会生不如死。 – *可是我至少有一次做人的感受。Если ты уедешь в Тяньлан, то будешь так страдать, что захочешь умереть. – По крайней мере, я узнаю, каково это – быть человеком.*

Подведем итоги. В ходе анализа были выявлены ключевые ценности исследуемого лингвокультурного типажа. Итак, лисица-оборотень в современном китайском кинематографе – это исключительно привлекательная молодая девушка, тщательно следящая за своей внешностью, поскольку она считает это своим главным оружием в борьбе за мужские сердца. Несмотря на своё «демоническое» начало, лисица искренне желает отказаться от своих магических способностей для того, чтобы почувствовать в своем «человеческом» сердце настоящую любовь. Таким образом, основными составляющими ценностных ориентиров лингвокультурного типажа «лисица-оборотень» являются следующие компоненты: 1) важность красоты, 2) любовь, 3) желание стать человеком.

#### Список использованных источников

1. Алексеев В.М. Предисловие переводчика // Пу Сунлин. Рассказы Ляо Чжяя о необычайном. М.: Худож. лит., 1988. 559 с.
2. Дмитриева О.А. Лингвокультурные типажи России и Франции XIX века: монография. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2007. 307 с.
3. Карасик В.И., Дмитриева О.А. Лингвокультурный типаж: к определению понятия // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажи: Сб. науч. тр. / под ред. В.И. Карасика. Волгоград: Парадигма, 2005. 310 с.
4. 乌尔善。画皮 II, 2012。 [Вуершан. Раскрашенная кожа 2]
5. 牛朝阳。白狐, 2013。 [Ню Чаоян. Белая лисица]



## ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ТЕМПОРАЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Намсараева Ц.Б.,

научный руководитель канд. филол. наук Шахаева А.А.

*Бурятский государственный университет*

Любое движение предполагает изменение положения в пространстве, осуществляющееся в определенное время. С научной точки зрения «время» это одно из сложных понятий, как в философском, так и физическом смысле, но, прежде всего, *время* – это философская, онтологическая категория. С точки зрения философского подхода, время, пространство и движение рассматриваются как некое единство, причем время определяется как «базовая категория мира», «важнейший фактор существования мира и человека».

На сегодняшний день «Новый толково-словообразовательный словарь русского языка» дает следующее философское определение понятию: время – это одна из основных – наряду с пространством – форм существования материи, выражающая длительность бытия и последовательность смены состояний всех материальных систем и процессов в мире.<sup>[1]</sup>

Исходя из философской интерпретации времени, различают время онтологическое как форма отражения объективно существующего бытия и время субъективное (перцептуальное), выраженное в культуре, языке, обществе и индивидуальном человеческом сознании.

Д.А. Синкевич в статье «Категория темпоральности в лингвофилософском освещении», говорит о трех типах времени: «физическое (реальное) время, т.е. время «как элемент объективного мира»; хронологическое время, представленное «временем событий»; лингвистическое время, представляющее «попытки человеческого разума создать модель реального времени с помощью тех или иных семиотических систем, выраженное формальными языковыми средствами»<sup>[2]</sup>.

Познание и восприятие времени человеком определенным образом закодировано в его сознании с помощью языка, следовательно, «исследование языковых темпоральных структур позволяет объективировать ментальные формы и постичь концептуализацию мира человеческим сознанием и психикой». Временные пространственные понятия для человека определены той культурой, которой он принадлежит.<sup>[3]</sup>

В данной статье рассмотрим одно из лексических средств выражения категории темпоральности в китайском языке – существительные-темпоративы.

С самой архаической эпохи время ситуации в высказывании выражается с помощью таких существительных-темпоративов, как 昨天 «вчера», 明天 «завтра», 现在 «сейчас», 今年 «в этом году», 以前 «раньше», 以后 «потом, затем», 下午 «после обеда», 去年 «в прошлом году», 上星期 «на прошлой неделе», и так далее.

Рассмотрим особенности функционирования существительных-темпоративов в современном китайском языке на примере следующих предложений:

1. 在黑暗当中,我□□在需要有一种光把它照亮, □它呈□出<sup>1</sup>. – В этой кромешной темноте, нам **сейчас** нужен свет, чтобы осветить его, и заставить показаться.

<sup>1</sup> Примеры взяты из сборника «2005 年中国精短美文 100 篇» / 王剑冰 选编. – 2006. С. 163, 100-105.

В данном предложении существительное 在 указывает на данный момент, нынешнее время, то есть, действие, о котором идет речь, происходит в момент разговора.

2. 妈妈出生在 1924 年农历三月初三... – Мама родилась в 1924 году 3-го дня 3-го месяца по лунному календарю.

3. 2004 年 10 月 3 日下午, 我从外地出差回到郑州. – 3 октября 2004 года после обеда я вернулся из командировки в Чжэнчжоу.

4. 我们得坐 8 点 10 分的车回去. – Нам нужно вернуться на маршруте, который отправляется в 8 часов 10 минут.

5. 天亮 7 点钟, 我轻轻推开妈住的房门, 妈早已起床洗漱完毕. – На рассвете в 7 часов, я тихонько открыл дверь маминой комнаты, мама уже встала и умылась.

В предложениях 2 и 3 существительные-темпоративы выступают в качестве обстоятельства времени, указывая конкретную дату события: год, месяц и число – 年, 月, 日 (1924 год; март месяц; третий день).

В предложениях 4 и 5 существительные-темпоративы 点钟, 点, 分 указывают на конкретное время действия (8 часов 10 минут; на рассвете в 7 часов).

Следует отметить, что для китайского языка свойственно записывать дату в порядке убывания, т.е. сначала пишется год, затем месяц, число, день недели, часы, минуты и секунды.

6. 一天早上妈对我说: “夜里总成觉口渴...” – Однажды утром мама сказала мне: «Ночью меня мучает жажда...».

7. 晚上, 我告诉妈妈如果工作上不出现新的情况, 第二天早上就坐火车去北京, 妈高兴极了. – Вечером я сказал маме, что если на работе не появятся дела, то на следующий же день утром поедем в Пекин на поезде, мама была очень рада.

8. 下午 5 点钟, 我陪妈妈离开颐和园乘汽车向天安门广场驶去. – В пять часов после обеда, мы с мамой покинули парк Ихэюань и на машине поехали на площадь Тяньаньмень.

В предложениях 7, 8 существительные-темпоративы 早上, 晚上, 下午 указывают на время суток (утро, вечер, после обеда). Для выражения более конкретного времени, помимо указания часов и минут, также используется указание на время суток, как в примере 8 下午 5 点钟 (5 часов после полудня).

Исходя из анализа представленных предложений, основной синтаксической функцией существительных-темпоративов в современном китайском языке является обстоятельство времени. Существительные-темпоративы не могут занимать позицию после сказуемого. Их позиция обычно после подлежащего, перед сказуемым, как в предложении 1.

В ситуациях, когда необходимо логически выделить время, обстоятельство времени можно вынести в начало предложения, например, предложение 2.

Если в предложении несколько обстоятельств времени, то слова, обозначающие наибольшую единицу времени находятся перед меньшей единицей, как в предложениях 2 и 3.

Таким образом, существительные-темпоративы являются важным лексическим способом выражения темпоральности в современном китайском языке, выражая дату (год, число, месяц, день недели), время (часы, минуты, секунды), или какой-то отрезок времени (今天, 昨天, 晚上, 早上, 下午, 几年前 и т.д.).



### Список литературы

1. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный / Т. Ф. Ефремова. – М.: Изд-во Русский язык, 2000. – С.225.
2. Синкевич Д. А. Категория темпоральности в лингвофилософском освещении / Д. А. Синкевич // Вестник Челябинского Государственного университета, 2009. – Вып. 41; – Филология. Искусствоведение. – С. 148–152. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.lib.csu.ru/vch/188/029.pdf>
3. Андреева Н.В. Язык и время. Лексический аспект категории времени / Н.В.Андреева // Русская и сопоставительная филология: состояние и перспективы: Международная научная конференция, посвященная 200-летию Казанского университета (Казань, 4-6 октября 2004 г.): Труды и материалы: / Под общ. ред. К. Р. Галиуллина.– Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2004.– С.257-258. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://old.kpfu.ru/f10/publications/2004/articles\\_1\\_1.php?id=9&num=2000000](http://old.kpfu.ru/f10/publications/2004/articles_1_1.php?id=9&num=2000000)
4. 2005 年中国精短美文 100 篇 / 王剑冰 选编. – 武汉: 长江文艺出版社, 2006.



**КИТАЙСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ XXI ВЕКА**  
**Савушкина Е.М.**  
**научный руководитель ст.преп. Каданцева М. А.**  
*Сибирский федеральный университет*

Чэньюй (成语 chéngyǔ) - буквально «готовые выражения» - это особое явление в китайской фразеологии. Большинство чэньюй являются цитатами из классических китайских произведений на вэньяне. Они отражают культуру китайского народа и являются яркими элементами национальной языковой картины мира [1].

Сообщения в социальных сетях, мобильных мессенджерах, комментарии к статьям и на форумах – это огромный источник неологизмов, которые постепенно входят в словарный состав современного китайского языка. Некоторые словосочетания из четырёх иероглифов, по своей структуре очень сильно напоминающие фразеологизмы – чэньюй, также можно считать новыми словами в китайской лексике, так как многие из них вошли в употребление в конце прошлого десятилетия, и до сих пор при их употреблении чувствуется их «свежесть» и новизна. Материалом для данной статьи послужили 52 чэньюй, отобранные из различных интернет-источников.

Чэньюй часто употребляются носителями китайского языка в повседневной речи и на письме, так как они представляют собой выразительные фразеологические единицы, несут в себе и философский подтекст (青出于蓝 qīngchū yúlán - синяя краска получается из индиго (обр. в знач. превзойти своего учителя). В основе лежит изречение древнекитайского философа Сюньцзы). При правильном использовании эти идиомы могут передать сообщение лаконично, и одновременно, очень ёмко и ярко, что является показателем образованности и начитанности человека (人山人海 - народу видимо-невидимо; 自相矛盾 - противоречить самому себе; 温故知新 - познав прошлое, лучше поймёшь настоящее и др.).

Источником подавляющего большинства чэньюй является китайская классическая литература, исторические и философские притчи, легенды и мифы, заимствования из других языков и т. д. (破釜沉舟 - отрезать себе путь к отступлению; 女娲补天 - Нюйва чинит небосвод; 火上加油 - подливать масло в огонь и др.).

На данный же момент основным источником новых чэньюй являются разнообразные новости, статьи, истории, тексты песен и т. п., которые горячо обсуждаются интернет-пользователями. Так, например, 15 августа 2013 библиотекарь Чжао Мейди, работающая в Восточно-китайском педагогическом университете, опубликовала в своём блоге статью «网络新成语你知道几个?» («Сколько новых интернет-чэньюй вы знаете?»). Там она перечислила популярные интернет идиомы вместе со справочной информацией об их происхождении. В блоге первоначально были перечислены 22 новые идиомы (Например, 十动然拒 - очень тронут, но отказываю; 累觉不爱 - так устал, что не влюблюсь больше никогда; 喜大普奔 - радостная новость, все празднуют и спешат её распространить; 十气然应 - очень зол, но согласен и др.), а потом автор добавила еще три идиомы, предложенные читателями её блога самостоятельно [4].

На данный момент в интернете существует множество статей на китайском языке, в которых перечисляются и описываются, так называемые 网络新成语 (Новые интернет-чэньюй). Однако данное название не закрепилось в языке в одной форме, поэтому существуют разные варианты обозначения новых чэньюй. Так, например,

профессор Чэ Фэн для обозначения таких фразеологизмов ввёл термин 网络类成语 (Квази-интернет-чэньюй), так как данные фразеологизмы ещё не признаны настоящими чэньюй и не закреплены ни в одном бумажном или онлайн словаре [2].

В своей статье «网络新成语”概念及相关问题的新探索» (Новое исследование новых интернет-чэньюй и смежных с ними вопросов) профессор Чэ Фэн указал на такие особенности новых чэньюй, как [2]:

1. Устойчивая структура, состоящая из четырёх иероглифов, ни один иероглиф в чэньюй не может поменять своё положение в конструкции, быть изменён, заменён или убран;

2. Стилль языка – неформальный, имеет разговорную окраску;

3. Источник новых чэньюй – интернет: различные новости, истории, цитаты и т.п. Поэтому зачастую смысл таких чэньюй трудно понять без знания контекста;

4. Использование выразительных оборотов речи как антитеза, риторический вопрос или сравнение.

Как и у многих классических чэньюй у новых чэньюй есть буквальное значение (его можно понять в некоторых случаях) и образное значение. Однако, без знания контекста или фразы, из которых зародились новые интернет-чэньюй невозможно понять их основное значение. В статье «网络四字短语暨“网络成语”调查研究» (Исследование словосочетаний из четырёх иероглифов, также известных как «интернет-чэньюй») профессор Ян Кай привёл четыре способа, по которым образуются интернет-чэньюй [3]:

1. Аббревиация

1) 十动然拒 shí dòng rán jù

Исходное предложение: 十分感动, 但仍然拒绝了 (Очень тронут, но всё ещё отказываю).

Перевод: Очень тронут, но отказываю.

Происхождение: 11 ноября 2012 года студент Хуачжунского университета науки и технологий (город Ухань, провинция Хубэй, КНР) Ван Вэньцзинь подарил девушки, которая ему понравилась любовное письмо из 160 тыс. слов, которое он писал 212 дней. Девушка очень растрогалась, но отказала ему.

2) 男默女泪 nán mò nǚ lèi

Исходное предложение: 男生看了会沉默, 女生看了会流泪 (Юноши замолчат, а девушки расплачутся).

Перевод: Это приводит женщин в слезы, а мужчин заставляет молчать.

Происхождение: Фраза «男生看了会沉默, 女生看了会流泪» очень часто употреблялась пользователями сервиса мгновенного обмена сообщениями Tencent QQ. Она использовалась в заголовках статей, связанных с романтической тематикой, для привлечения внимания большого количества читателей.

2. Обобщение основной идеи

1) 兆山羨鬼 zhào shān xiàn guǐ (букв. Чжаошань желает стать призраком)

Перевод: Очень хладнокровный человек

Происхождение: В 2008 году в провинции Сычуань произошло сильное землетрясение, унёсшее жизни более 60 тысяч человек. Через некоторое время Ван Чжаошань (современный китайский писатель и поэт, член Союза китайских писателей) опубликовал своё стихотворение, в поддержку жителей провинции. Оно вызвало большой резонанс в обществе, потому что в нём, в котором Ван Чжаошань чрезмерно восхвалял китайское правительство, вместо выражения скорби по жертвам землетрясения. Так, в стихотворении есть фраза: «十三亿人共一哭, 纵做鬼, 也幸福» (Если бы меня оплакивали 1, 3 млрд человек, то я был бы счастлив стать призраком), за



которую общественность прозвала Чжаошаня бездушным и хладнокровным.

### 3. Изменение уже существующего чэньюй

1) 谁死鹿手 shéi sǐ lù shǒu (букв. Кто умрёт в руках «Оленя»?)

Перевод: кто-нибудь может отравиться (беспокойство о безопасности продуктов)

谁死鹿手 - это изменённый, адаптированный чэньюй 鹿死谁手 lùsǐ shuíshǒu (букв. чьей рукой будет убит олень? обр. в знач.: невозможно предсказать, кому повезет.)

Происхождение: В 2008 году в сухом молоке производства китайской продуктовой компании 三鹿集团 (Три оленя) был обнаружено вещество меламин, которое вызывает камни в почках. Общественность была обеспокоена безопасностью молочных продуктов.

2) 十面霾伏 shí miàn mái fú (букв. Смог поджидает со всех сторон)

Перевод: Очень сильное загрязнение воздуха

В основе чэньюй 十面霾伏 лежит фразеологизм 十面埋伏 shímiàn máifú (засада со всех сторон, облава).

Происхождение: В 2012 году в ряде городов по всей территории Китая отмечалось очень сильное загрязнение воздуха, смог был такой густой, что через него не было видно зданий.

### 4. Заимствования

1) 猪涂口红 zhū tú kǒuhóng (букв. Красить помадой свинью, англ.: Putting lipstick on a pig)

Перевод: Пытаться приукрасить то, что нельзя скрыть.

Происхождение: Из речи Барака Обамы 9 сентября 2008 года. Во время президентской гонки, на выступлении в Вирджинии, Обама, настроенный против своих соперников кандидатов от республиканской партии Джона Маккейн и Сары Пэйлин сказал, что «Вы можете накрасить свинью помадой, но это будет все та же свинья...».

В результате проведённого анализа новых интернет-чэньюй или квази-интернет-чэньюй можно сделать вывод, что данные фразеологизмы одновременно очень похожи на классические чэньюй, так как сохранили традиционную четырёхиероглифичную форму, но они отличаются тем, что принадлежат разговорному стилю, а не книжному. Новые фразеологизмы китайского языка могут исчезнуть под натиском быстро расширяющейся интернет-лексики, а могут стать популярны в разговорной речи и остаться в китайском языке надолго, став настоящими чэньюй.

## Список литературы

1. Виноградская В.Б. Человек и культура Востока: Исследования и переводы –2012. М.: ИДВ РАН, 2014. 368 с.
2. 车飞。网络新成语”概念及相关问题的新探索。- 哈尔滨: 绍兴文理学院学报, 2014。[Чэ Фэн. Новое исследование новых интернет-чэньюй и смежных с ними вопросов]
3. 杨凯。网络四字短语暨“网络成语”调查研究。- 江苏: 长春理工大学学报(社会科学版), 2014。[Ян Кай. Исследование словосочетаний из четырёх иероглифов, также известных как «интернет-чэньюй»]
4. 赵美娣。网络新成语你知道几个? , 2013。[Чжао Мейди. Сколько новых интернет-чэньюй вы знаете?] [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://blog.sciencenet.cn/blog-69474-716887.html>



## ИМПЛИЦИТНОСТЬ В КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ ОТКАЗА НА МАТЕРИАЛЕ КИТАЙСКОЙ БИЗНЕС-ПЕРЕПИСКИ

Сидорова В.Н.

научный руководитель канд. филол. наук Чистова Е.В.

*Сибирский федеральный университет*

В связи с активным развитием русско-китайских бизнес-отношений, многие российские лингвисты заинтересовались такой областью коммерческого дискурса, как бизнес-переписка. Бизнес-корреспонденция как процесс, обусловленный определенными принципами, весьма непросто, особенно тогда, когда речь идет об общении с представителями китайской культуры. Не для кого не является секретом, что древнейшая китайская цивилизация имеет свои собственные устоявшиеся культурные установки, которые, безусловно, включают в себя этикет общения. Главным принципом общения в Китае – является принцип вежливости 礼貌 *lǐmào*. Многие китайские лингвисты приложили огромные усилия в изучении характеристики вежливости в Китае и сформулировали свои собственные модели вежливости, полагаясь на установки китайской культуры. Профессор Гу Юэгуо предлагает понятие «лицо», которое отражает суть межличностной коммуникации большинства китайцев.

В Китае существует два понимания концепта «лицо»: лицо 脸 *liǎn* (прямое значение), и лицо 面 *miàn* или 面子 *miànzi* (имидж человека). По сути концепт 脸 представляет собой уверенность индивида в неприкосновенности собственного эго, моральных характеристик и репутации, потеря которой препятствует нормальному функционированию внутри какого-либо общества или сообщества. 面 или 面子 означает «престиж и своего рода демонстрацию собственного успеха». В других лексемах, как утверждает С. Тин-Туми функция 面子 заключается в проекции «собственного я» в обществе, тогда как 脸 – представляет собой моральные качества, присущие китайской культуре, ведь иметь лицо 脸 – значит быть человеком, и потеря лица 脸 может привести к серьезным последствиям в межличностной коммуникации китайцев [4]. Поэтому 丢脸 *diū liǎn* (потеря лица), которая происходит из-за аморального или несоответствующего поведения очень осуждается представителями китайской культуры [3].

Из всего этого следует понимать, что 丢脸 является серьезной коммуникативной проблемой, которая происходит из-за нарушения принципа вежливости 礼貌. Главной причиной потери лица являются ликоугрожающие речевые акты (ЛРА). Понятие ЛРА было введено П. Брауном и С. Левинсоном в 1987 году. Под ликоугрожающими речевыми актами ученые понимают такие речевые акты, в которых говорящий побуждает собеседника к действию, ограничивающему свободу [2]. Самым встречаемым ликоугрожающим речевым актом в бизнес-корреспонденции является речевой акт отказа. Отказ – это ликоугрожающий речевой акт, совершая который коммуниканты должны принимать некоторые меры по уменьшению риска для «лица». Основной мерой предотвращения потери лица 丢脸 в китайской бизнес-переписке является имплицитный или косвенный отказ, главная задача которого заключается в выражении интенции говорящего и его надежды на то, что слушатель сможет понять его намерение, и цель его отказа будет воспринята верно.

Применяя данную классификацию для анализа китайской бизнес-переписки, можно не только выделить для себя релевантные стратегии, которые в дальнейшем могут быть полезными в общении с китайскими партнерами, а также научиться расшифровывать имплицитный отказ, воспринимая его адекватно, и, разумеется, деликатно в китайской традиции отказывать собеседнику.

Несмотря на то, что китайские лингвисты уделяют огромное внимание проблеме отказов в этикетном общении, классификации косвенных отказов в китайском языкознании до сих пор не существует. Однако это удалось сделать американским ученым М. Бибу, Т. Такахашаи и Р. Улисс-Уэльсу [1]. Стратификация косвенного отказа, представленная ими, содержит простые категории имплицитного отказа как в вербальной, так и невербальной формах. Учитывая то, что ученые приводили классификацию для стратегий отказов согласно европейским языкам, данное исследование также может быть легко применено для анализа китайского дискурса, в частности бизнес-переписки, ведь язык как инструмент общения – универсален во всем мире. Рассмотрим несколько примеров.

Ситуация 1. Представители китайской компании «А» пригласили представителей российской компании «N» посетить банкет по случаю десятилетия со дня их образования. Однако российская компания, по некоторым причинам, не может приехать на этот банкет. Для компании «N» очень важно сохранить партнерские отношения с китайским предприятием, поэтому представители компании «N» отвечают на приглашение следующим образом:

尊敬的合作伙伴，

非常感谢您邀请我们参加贵公司成立五年庆典宴会。收到您的邀请我们感到非常荣幸，真心希望能够出席。但是非常遗憾，因为情况有变我们可能无法参加。事情是这样的，我们在安装新设备时出现了非常严重的问题，因此在此设备未安装并调试成功前我们需要一直坚守在工厂。如果情况转好的话，我们就联系你们。

此致，

“N”公司

Уважаемые партнеры!

Мы очень благодарны получить приглашение на праздник по поводу пятилетия Вашей организации.

Мы очень польщены Вашим вниманием и искренне надеемся, что сможем присутствовать на банкете. Однако к пребольшему сожалению, у нас скорее всего не получится принять участие, потому что на нашем предприятии возникли серьезные проблемы с установкой нового оборудования, что не оставляет у нас никакого выбора, как постоянно присутствовать на заводе до тех пор, пока неполадки не будут устранены. Если ситуация улучшится, мы обязательно свяжемся с Вами.

С уважением,  
компания «N»

Анализируя данное письмо с точки зрения классификации М. Биба, Т. Такахашаи и Р. Улисс-Уэльса [1], можно заметить, что в данном случае российская компания прибегает к принципу *выражения желания*: 收到您的邀请我们感到非常荣幸，真心希望能够出席 – они очень надеются посетить данное мероприятие, но, якобы, по причине возникновения проблем на производстве они должны оставаться на предприятии на неопределенный срок – *принцип причины*: 但是非常遗憾，因为情况有变我们可能无法参加。事情是这样的，我们在安装新设备时出现了非常严重的问题，因此在此设备未安装并调试成功前我们需要一直坚守在工厂。 Также российские представители использовали принцип *перспективы на будущее*: 如果情况转好的话，我们就联系你们。 В данном примере, акт отказа очевидно является имплицитным, потому что адресант не дает прямого ответа, однако, прибегая к трем принципам косвенного отказа, ему не только удастся преподнести это в более мягкой форме, не навредив «лицу» собеседника, но и осуществить свою коммуникативную цель – отвергнуть приглашение.

Ситуация 2. Российская организация «А» пытается подписать договор о поставке товаров в китайскую фирму «N», на что китайская сторона дает такой ответ:



尊敬的...公司经理,

贵公司的产品性能好品质高而且容易操作相信能够得到顾客的喜爱, 唯一的缺点就是价格太高, 恐怕很难在市场上竞争, 因此在目前的价格下, 我们难以接受。不只是一打百分之二十的折扣, 以便配合市场营销策略广为推销, 请早日惠知。

此致,

... 贸易公司经理

Уважаемый директор компании «А»!

Качество товаров Вашей компании очень высокое, что, несомненно, помогло бы добиться симпатии клиентов, единственный недостаток, пожалуй, – слишком высокая цена. Боюсь, в таком случае, Вашим товарам будет очень тяжело конкурировать на рынке, поэтому предложенную Вами цену мы не можем принять. Думаю, для лучшей реализации товара на рынке сбыта стоило бы сделать скидку 20 %, и если Вы согласны с таким условием, свяжитесь с нами как можно раньше.

С уважением,

Директор торговой компании «N»

Данная ситуация демонстрирует, как с помощью речевого акта отказа можно добиваться других коммуникативных целей – здесь таковой является получение скидки. Такого рода коммуникативные цели легко осуществляются, если собеседник использует принцип *установления условия для выражения согласия в будущем*, который и был использован в данном случае: компания «N» соглашается подписать контракт, только если будет осуществлена 20% скидка, то есть при любых других условиях они отказываются осуществлять договор: 因此在目前的价格下, 我们难以接受。不只是一打百分之二十的折扣, 以便配合市场营销策略广为推销, 请早日惠知。 Однако в письме на это нет эксплицитного указания, а содержится лишь намек на то, чтобы русская сторона сделала скидку, мотивируя это высокой конкуренцией на рынке: 不只是一打百分之二十的折扣, 以便配合市场营销策略广为推销, 请早日惠知。 Этот принцип считается одним из самых эффективных в осуществлении дополнительных коммуникативных целей, что подтверждает тот факт, что российское предприятие все-таки согласилось пойти на такую существенную скидку.

Ситуация 3. Русский специалист подает резюме о приеме на работу в китайскую организацию, однако получает ответ такого рода:

尊敬的...小姐,

感谢您对该职位感兴趣。我们研究了您的履历, 我们看到, 您受过非常好的教育并有机器制造的工业的工作经验。但是作为销售部主任职位我们想要找一个在商业领域和产品销售方面有经验的专家, 因此现在我们暂不准备邀请您参加面试。我们会保留您的履历, 如果有可能, 我们将考虑您申请我公司的其他空缺位果需要, 我们将按照履历中的地址联络您。

此致,

...公司经理

Уважаемая госпожа...!

Мы очень благодарны Вам за интерес, проявленный к данной вакансии. Мы изучили Ваше резюме и оценили Ваше прекрасное образование и большой опыт работы в отрасли машинного производства. Однако на эту должность мы ищем специалиста с опытом в области торговли и сбыта продукции, поэтому в настоящее время мы не готовы пригласить Вас на собеседование.

Мы сохраним Ваше резюме и, возможно, рассмотрим Вашу кандидатуру на другие вакансии в нашей компании. При возникновении необходимости, мы свяжемся с Вами по адресу, указанному в резюме.

С уважением,

Директор компании «А»



В данном письме главным образом проявляются две тактики имплицитного отказа: *установка принципа* и *обещание согласия в будущем*: китайская организация формулирует *принцип* – они нуждаются в специалисте, имеющем опыт в области торговли и сбыта продукции, поэтому они не готовы пригласить работницу в настоящее время: 但是作为销售部主任职位我们想要找一个在商业领域和产品销售方面有经验的专家，因此现在我们暂不准备邀请您参加面试， однако они обещают сохранить резюме и пригласить ее вступить в должность в их организации в случае возникновения необходимости: 我们会保留您的履历，如果有可能，我们将考虑您申请我公司的其他空缺位果需要，我们将按照履历中的地址联络您。 Данная коммуникативная ситуация иллюстрирует, как удачная комбинация принципов помогает адресанту четко указать свою позицию, отказывая адресату, при этом не угрожая его лицу.

Рассмотрев наглядные примеры, стоит отметить, что имплицитный отказ – это такой иллокутивный акт, который осуществляется с помощью выполнения другого акта, что делает отказ говорящего более мягким и приемлемым [4]. Отсюда следует, что главная задача косвенного или имплицитного отказа заключается в следующем: смягчая иллокутивную силу, заложенную в обычной ситуации отказа, и при этом, не подвергая риску «лицо» собеседника, совершить коммуникативную цель – сделать отказ. Наиболее частотными вербальными стратегиями отказа в китайском коммерческом дискурсе являются установка принципа или условия для выражения согласия в будущем, а также принцип выражения желания.

#### Список литературы

1. Beebe, L. M., Takahashi, T, & Uliss-Weltz, R. Pragmatic transfer in ESL refusals. [Электронный ресурс] // New York: Newbury House. On the Development of Communicative Competence in a Second Language. P. 55–73. Режим доступа: <http://www.american.edu/cas/tesol/pdf/upload/WP-2004-Tanck-Speech-Act.pdf>.
2. Brown P., Levinson S. Politeness: Some universals in language usage. [Электронный ресурс] // Cambridge: Cambridge University Press. P. 1–9. Режим доступа: [https://www.researchgate.net/publication/263132404\\_Politeness\\_Some\\_universals\\_in\\_language\\_usage\\_Cambridge\\_UK\\_Cambridge\\_University\\_Press](https://www.researchgate.net/publication/263132404_Politeness_Some_universals_in_language_usage_Cambridge_UK_Cambridge_University_Press).
3. Gu Yueguo. Politeness phenomenon in modern Chinese. [Электронный ресурс] // Journal of Pragmatics. 1990. 2. P. 237-257. Режим доступа : <http://wenku.baidu.com/view/79a4c694dd88d0d233d46a55.html>.
4. Searle J.R. Indirect speech acts. [Электронный ресурс] // New York-San Francisco-London, Academic Press. 1975. P. 59–82. Режим доступа: [http://www.classes.ru/grammar/159.new-in-linguistics-17/source/worddocuments/\\_5.htm](http://www.classes.ru/grammar/159.new-in-linguistics-17/source/worddocuments/_5.htm).
5. Ting-Toomey S. The challenge of face work: Cross-cultural and interpersonal issues. 1994 [Электронный ресурс] // NY: State University of New York Press. P. 349–350. Режим доступа: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/9789812870070-c2.pdf>.



## **СИБИРСКИЕ БРЕНДЫ-ТОПОНИМЫ В КИТАЙСКОМ ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

**Стряпков А. А.,  
научный руководитель канд. филол. наук Чистова Е. В.**  
*Сибирский федеральный университет*

Данное исследование посвящено проблемам реконструкции ономастического сознания туриста, которое рассматривается с позиций создающего бренды-топонимы имядателя и воспринимающего их носителя китайского языка. Работа выполнена на стыке традиционной ономастики, когнитивной лингвистики, психолингвистики и брендинга.

Актуальность исследования обусловлена возрастающей потребностью в развитии Сибири и города Красноярска в частности, как туристического бренда. Активно развивающиеся отношения между Россией и Китаем также усиливают актуальность данной темы. В связи с проведением в Красноярске Зимней универсиады-2019 представляется необходимым изучить перевод названий достопримечательностей города на другие языки, в том числе на китайский. Благозвучность названий является неотъемлемой частью формирования хорошего впечатления о достопримечательностях, следовательно, адекватный и эквивалентный вариант перевода имён собственных в этом случае особенно важен.

Целью исследования является анализ адекватности переводов сибирских брендов-топонимов на китайский язык, а именно изучение их благозвучности и вызываемых у носителей китайского языка коннотаций.

Понятие брендинга географического места довольно широко представлено в теории купли и продажи прав на использования топонима в качестве бренда. В последнее время появляется всё больше и больше исследований на тему использования географического названия как бренда. В некотором контексте термины «географический бренд» и «топоним» выступают синонимами, но мы считаем термин бренд-топоним наиболее подходящим в данном контексте. Бренд-топоним – это бренд, использующий в качестве своего названия топоним.

Гэри Ворнаби и Доминик Медуэй вывели следующие характеристики хорошего названия: 1) простота в произношении и написании 2) выразительность 3) легкозапоминаемость 4) информативность 5) побуждение к воспоминанию 6) защита от плагиата 7) гибкость для применения к другому продукту. Если топоним используется как бренд, то эта характеристика помогает определить, насколько хорошо топоним подходит для роли бренда. Этот факт заставляет задуматься о более тщательном изучении связи топонимов и брендов.

Структурный анализ составляющих топонима помогает сформировать представление о топонимах, которое может быть использовано для понимания общих законов их построения. Разобрав топоним на составляющие можно увидеть закономерность его образования. Например: 北京市 (Город Пекин) можно разложить на 北 (направление), 京 (категория) и 市 (категория), из чего прослеживается закономерность от морфемы местоположения до морфемы категории [Zhou, Maohua Qian, Min Hua, Dan Liu, Xuri Tang, 2011, с. 44]. Зачастую вследствие перевода на иностранный язык возникают казусные ситуации или же реакция «лингвистического недоумения», вызванные фонетическим сходством имени собственного в исходном языке и слова, носящего негативную смысловую окраску в переводящем языке. Именно поэтому представляется необходимым изучение красноярских брендов-топонимов,

представленных в китайском виртуальном пространстве, с целью выяснения того, вызывают ли какие-либо из них «лингвистическое недоумение» или даже «лингвистический шок» у носителей китайского языка и если так, то необходимо будет предоставить более адекватный перевод.

Ономастический материал дает возможность переводчику, избегая пословных соответствий, добиваться эквивалентности более высокого уровня – контекстуального, прагматического и эмоционального, ибо перевод может считаться адекватным только тогда, когда у реципиента принимающей культуры он пробуждает рефлексию, аналогичную рефлексии реципиентов оригинала. Известно, что если имя собственное не приживается в другой культуре, то оно неизменно перестраивается под реалии, соответствующие данной культуре. Известно, что если какое-либо заимствованное имя по своему фонетическому составу не соответствует параметрам языка, оно не воспринимается и перестраивается. В связи с этим обозначим следующую универсалию: фонетическая адаптация заимствованных имён – перестройка заимствованных имён в соответствии с фонетическими и фонологическими законами и правилами языка [Дашеева, 2009]. В нашем исследовании принципиально важно установить, требуется ли такое преобразование для переводов сибирских брендов на китайский язык.

В нашей работе исследованию подвергаются следующие топонимы: 叶尼塞河 – река Енисей, 石林国家级自然保护区 – Заповедник «Столбы», 河狸沟主体公园 – Фанпарк «Бобровый лог», 克拉斯诺亚尔斯克水库 – Красноярское водохранилище, 曼纳河 – река Мана, 金捷流克斯基瀑布 – Кинзельюкский водопад, 鄂毕-叶尼塞索道 – Обийско-енисейская канатная дорога, 米努幸斯克区马尔奇亚诺夫博物馆 – Минусинский краеведческий музей имени Н.П. Мартьянова, 舒什斯科叶树丛国立生物卷自然保护区 – Государственный природный биосферный заповедник «Саяно-Шушенский», 沙雷伯沃区湖泊群 – Озёра Шарыповского Района, 叶尔加克自然公园 – Природный парк «Ергаки», 普托拉娜高原 – Плато Путорана, 维维湖 – Озеро Виви, 哈坦加镇猛犸象博物馆 – Хатангский музей мамонта.

В ходе исследования предполагается провести ассоциативный опрос, нацеленный на выявление реакций, происходящих в ономастическом сознании китайского туриста при восприятии наименований топонимов Сибири. Важным параметром будет являться степень привлекательности вышеприведённых потенциальных или уже давно существующих брендов.

### Список литературы

1. Dongmei Zhou, Maohua Qian, Min Hua, Dan Liu, Xuri Tang Structural Analysis and Computation of Chinese Toponyms // International Journal of Knowledge and Language Processing. 2011. Vol. 2. №3. pp. 36–47. URL: <http://www.ijklp.org/archives/vol2no3/Structural%20Analysis%20and%20Computation%20of%20Chinese%20Toponyms.pdf> (дата обращения: 4.09.2015).
2. Medway D., Warnaby G. What's in a name? Place branding and toponymic commodification // Sage journals. 2015. vol. 47. pp. 153–167. URL: <http://epn.sagepub.com/content/46/1/153.full.pdf+html> (дата обращения: 4.09.2015).
3. Дашеева В. В. Лингвистические ономастические универсалии (на материале антропонимии монгольских языков) // Вестник бурятского государственного университета. Языкознание. 2009. №8. С. 130–135.: [2009]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-onomasticheskie-universalii-na-materiale-antropimii-mongolskih-yazykov> (дата обращения: 1.09.2015).
4. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного М.: Наука, 1973. 367 с. [pdf.]

## ЮМОР КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ (НА МАТЕРИАЛЕ СЕРИАЛА ЦЗАЙСЯН ЛЮ ЛОГО)

Упоров А.В.

научный руководитель ст. преп. Каданцева М.А.

Сибирский федеральный университет

Юмор — это психологическое состояние. А если говорить точнее, это определенная точка зрения, определенный взгляд на жизнь. Юмор расцветает всякий раз, когда развивающаяся нация благодаря избытку интеллекта начинает беспощадно критиковать свои собственные идеалы [3].

Первые признаки юмора были обнаружены в Китае около 2500 лет до н.э., когда появились первые китайские поэтические сборники и книги. Джуан-цзы, один из основателей даосизма, считается одним из первых юмористов в Китае. Китайский юмор по большей части состоял из рассказывания шуток и показа забавных комедийных постановок. В китайской культуре юмору уделялось мало внимания, так как конфуцианство подразумевало соблюдение надлежащих манер в общественных отношениях. В 500-м году до н.э. Конфуций даже приказал казнить юмористов за «неподобающее поведение» перед сановниками [9].

Термин *юмор* был переведен на китайский язык лишь в 1920-м году Линь Юйтаном и становится всё более и более популярным в Китае. Однако во время «Культурной Революции» (1966–1976) разного рода юмористы сильно критиковались и даже были запрещены. С 1980-х годов юмор в Поднебесной возродился как важный элемент творчества, личного обаяния и общественной гармонии. Странно, что юмор очень редко изучался в Китае. Из нескольких проведенных исследований было видно, что (1) юмор не очень ценился китайцами, хоть они все и любили его; (2) юмор часто считался последним по важности критерием творческой личности, так почитаемой в Китае [9].

Китайские исследователи, как и европейские, выражают точку зрения, что отклоняющиеся от нормы фраза или действие, имеющие скрытый смысл, могут быть смешными, а также что комическое проявляется в безобразном. Большинство китайских шуток и анекдотов – не более чем назидательные истории, юмор которых малопонятен или вовсе непонятен среднему европейцу [1].

В китайских комических текстах представлена галерея самобытных прецедентных персонажей: герои мифов и легенд (например, Будда); герои известных произведений (например, Сунь Укун - Царь Обезьян из романа "Путешествие на Запад"); реально существовавшие исторические личности (например, Чжугэ Лян - китайский полководец и государственный деятель эпохи Троецарствия); современные известные личности (например, баскетболист Яо Мин); собирательные образы: сюцай (студент, интеллигент) и т.д. [2].

Национальное своеобразие китайского юмора отражается, в частности, в той традиционной терминологии, которая используется в разных случаях для обозначения комического. Юмор, с точки зрения Чжао Чживэя, включает в себя *цяопи*, *хуацзи*, *фэнцы* и т. д. [4].

Некоторые китайские авторы придерживаются иной точки зрения относительно видов комического. Так, например, исследователь Сюэ Баокунь разделяет *мягкий*, *средний* и *жесткий юмор*. *Мягкий юмор* вызывает лёгкие, положительные эмоции, автор относит сюда иероглифические загадки, юмористические стихотворения, парные надписи «дуйлянь». *Средний юмор* обладает сатирической направленностью, содержит



в себе переносные значения, отличается наличием скрытого смысла; такой вид юмора свойствен классическим китайским жанрам «сяншэн» (юмористический диалог) и «комедия». Для *жесткого юмора* характерно наличие обличающих фраз, вызывающих негативные эмоции; этот вид юмора отличается резкостью и прямотой, к нему относятся некоторые виды анекдотов, шуток, юмористических выступлений [6].

В 2003 году Ляо Чаочи заметила разницу между двумя китайскими терминами для слова *юмор* - *юмо* и *хуацзи* и предположила, что *юмо* - это естественное вербальное поведение, заставляющее людей глубокомысленно улыбаться, тогда как *хуацзи* (просто смешное) включает в себя эксцентрику, шутки, смешные действия, поведение или речь. Другими словами, термин *хуацзи* в основном описывает поступки и внешний вид, а термин *юмо* - речь [8].

Чэнь Чинчунь считал, что термин *хуацзи* должен лучше всего отражать значение термина *юмо*, и должен делиться на пять видов: грубый, непристойный, остроумный, ироничный (саркастичный) и смешной. Ляо Чаочи оспаривала это определение и замечала, что *хуацзи* и *юмо* - не одно и то же, когда описывается поведение высших классов. В таком случае, *юмо* - более мудрый и элегантный юмор, чем *хуацзи*. Она, однако, также признавала, что древний термин *хуацзи* охватывает основные составляющие современного юмора, такие как смешные действия, речь и остроумие [7].

Помимо *хуацзи*, древнекитайский юмор также помогли сформировать шутки простолудинов. Эти ранние шутки назывались *пай шо* (俳说 досл. "шутливые рассуждения") и являлись частью литературы [7]. Го Цзычжан (郭子章), ученый в династии Мин (1368-1644), предположил, что *пай шо* могут быть разделены на два вида: *коу се шань бянь* (口谐善辩, досл. - «обладать красноречием и уметь спорить») и *тань янь вэй чжун* (谈言微中 - «говорить завуалированно»). Первый вид использовался исключительно ради развлечения, тогда как второй - для передачи сообщения в приятной для собеседника форме и для внесения гармонии в разговор [5].

В сериале «Цзайсян Лю Лого» нам встретились следующие формы юмора (табл. 1):

Таблица 1 - Формы юмора в сериале «Цзайсян Лю Лого»

Форма	Время возникновения	Краткое описание
<i>Цюй и</i> 曲艺 qǔyì (эстрада)	ок. 600 г. до н.э.	Выражается посредством монологов, диалогов и т.д. для осмеяния забавных и несправедливых событий из жизни.
<i>Сяншэн</i> 相声 xiàngshēng (сяншэн, юмористический диалог)	в конце 1800 г.	Выражается через юмористическое представление в форме монолога или диалога.
<i>Чжуцзы саньвэнь</i> 诸子散文 zhūzǐsǎnwén (сатирическая проза)	ок. 500 г. до н.э.	Выражается через разные идиомы, иносказания, тексты, поговорки, сказки.

Форма	Время возникновения	Краткое описание
<i>Чжэнчжи сяохуа</i> 政治笑话 zhèngzhì xiàohuà (политические анекдоты)	в начале 1900 г.	Выражается через разнообразные политические шутки, сатиры и истории и высмеивает нежелательную политическую обстановку.

В диалогах сериала вышеперечисленные формы юмора представлены следующими ситуациями:

**Цюй и:**

Лю Юн сыграл с императором последнюю партию в шашки и выиграл его. Император предложил ему помыться с ним в бане:

Император: - 刘墉啊，咱俩一块到红妃宫，洗个土耳其浴你看如何呀？ («Лю Юн, как насчет вместе пойти в красный дворец помыться в турецких банях, а?»)

Лю Юн: - 太上皇让刘墉跟着一起洗澡？ («Государь позволит Лю Юну помыться вместе с ним?»)

Император: - 刘墉啊，这叫君臣同浴，赤诚相见 («Да, Лю Юн! Это называется **правитель моется вместе с подчиненными - от чистого сердца хочет увидеться**»)

Лю Юн (задирая подол халата): - 啊，赤身相见！ («Ааа! Хочет увидеть голышом!»)

В данном отрывке применяется игра на созвучии выражений 赤诚 chíchéng («от всего сердца») и 赤身 chìshēn («голый, в чём мать родила»).

**Сяньшэн:**

Одному из нечестно занявших первое место участнику столичных экзаменов император поручил провести суд в доказательство его способностей. Лю Юн и его ученик сыграли поссорившихся чиновника и монаха. Монах обвиняет чиновника, что тот укусил его за нос.

Лю Юн: - 是他自个咬了自己的鼻子... («Это он сам себя за нос укусил...»)

Монах: - 自己咬鼻子够不着啊！ («Да это же невозможно - самому себя за нос укусить!»)

Судья: - 够不着。。。对啊！ («Невозможно? ... ну да!»)

Лю Юн: - 哎呀 对什么呀老爷呀，他站在地上够不着自己的鼻子，他不能站在板凳上够自己的鼻子吗？ («Эх, что да-то, ваше величество, **стоя на земле может и невозможно, так разве он не мог встав на скамейку достать до носа?**»)

**Чжуцзы саньвэнь:**

В связи со своей ученостью и красноречием, главный герой очень часто прибегает к использованию метафоры как к наиболее яркому и распространенному средству языковой игры. Часто в его метафорах содержится морфема 心 xīn («сердце», «душа»). Например, когда Лю Юну в первый раз отказали на государственных экзаменах, он произнес такую фразу:

Лю Юн: - 背虽罗锅，我心不罗锅 («Спина моя хоть и горбатая, однако **с душой у меня всё в порядке**» (букв. сердце не горбатое)).

**Чжэнчжи сяохуа:**

Сцена сериала описывает период «литературной инквизиции» при императоре Цяньлуэ. В особенности карались те писатели, что использовали иероглиф 明 míng

(«светлый», «чистый», «династия Мин»). В данном отрывке Лю Юн на приёме у императора растолковывает надпись над тронном так, что она тоже попадает под цензуру:

Лю Юн: - 皇上, 您往宝座上看。您再往上看 («Государь, вы взгляните, что написано над тронном, ещё выше»).

Император: - «先皇手书, 正大光明»。 («Собственноручная надпись покойного императора: Справедливость и чистосердечие»).

Лю Юн: -皇上, 按照汪仲直的解分示意法, 您天天坐在这原来是为了光复朱明王朝啊 («Государь, если толковать эту надпись согласно Ван Чжунчжи, то получается, что на самом деле Вы каждый день сидите здесь с целью возродить былую славу Минской династии»).

Подводя итог всему вышесказанному, можно сказать, что юмор в Китае времен династии Цин играл особую роль. Как и раньше, он не особенно ценился простыми китайцами и был скорее чертой характера просвещенных чиновников, поэтов и каллиграфов. Собираательным образом таких людей в династии Цин является чиновник Лю Юн. Кроме языковых средств, для высмеивания он часто прибегал к смешному поведению и поступкам, необычному внешнему виду и т.д. Кроме того, чиновнику часто приходилось блистать остроумием чтобы в завуалированной форме донести до императора неприятные вести. Таким образом, все шутки в сериале «Цзайсян Лю Лого» можно объединить под исконно китайским термином *хуацзи*, так как он охватывает основные составляющие современного юмора, такие как смешные действия, речь и остроумие.

### Список литературы

1. Дмитриев А. В., Сычев А. А. Смех: Социофилософский анализ. М., 2005.
2. Косинова Л. В. Китайский комический дискурс (на примере жанров «сяншэн», «куайбань», «анекдот»): автореф. дис. ... канд. филолог. наук: 10.02.19. Волгоград, 2014. 12 с.
3. Линь Юйтан. Китайцы. Моя страна и мой народ; пер. с китайского и предисл. Н.А. Спешнева. М.: Вост. лит., 2010. 335 с.
4. Спешнев, Н. А. Китайцы: особенности национальной психологии. С-Пб, КАРО, 2011. 222 с.
5. Chen, Ching Chun. A study of ancient Chinese jokes (中國古代笑話研究). Taipei: National Taiwan Normal University Master's thesis, 1985.
6. Hsue, Bao-kuen. Soft humor of Chinese (中國人的軟幽默). Taipei: Wo-yuan, 1991.
7. Liao, Chao Chih. Taiwanese perceptions of humor: A sociolinguistic perspective. Taipei: Crane, 2001.
8. Milner Davis, Jessica., Chey, Jocelyn. Humour in Chinese Life and Culture: Resistance and Control in Modern Times. Hong Kong University Press, 2013.
9. Yue, Xiaodong. Exploration of Chinese humor: Historical review, empirical findings, and critical reflections. The City University of Hong Kong, 2010. С. 403 - 420.



## **СТРАТЕГИИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ ОБСУЖДЕНИЯ ЦЕНЫ (НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА)**

**Фокина М.В.**

**научный руководитель канд. филол. наук Чистова Е.В.**

*Сибирский федеральный университет*

Данное исследование посвящено анализу стратегий речевого воздействия в китайском коммерческом дискурсе. В современной торговле на встречах с клиентами продавцы (коммерческие и торговые представители, дилеры и брокеры) часто уделяют большое внимание характеристике разных качеств товаров и услуг – цене, полезным свойствам, методам применения и т. п. При этом недостаточно внимания уделяется интерпретации психолингвистического поведения клиентов и продавцов в коммуникативной ситуации обсуждения цены. Особенно важно обладать такими знаниями представителям западной культуры при ведении переговоров с партнерами из восточных стран, в частности из КНР. Понимание китайских стратегий речевого воздействия в процессе продажи товаров и услуг может привести к более успешному процессу торгов, ведению переговоров и достижению коммерческих целей.

Актуальность исследования определяется отсутствием в отечественной лингвистике системных работ по психолингвистическому обоснованию особенностей использования китайских стратегий речевого воздействия в коммерческой сфере. Высокая социальная значимость функционирования языка в деловой сфере определяет социальный заказ на такого рода исследования. Необходимость изучения речевых закономерностей коммуникативного поведения, лежащих в основе коммерческого дискурса, отвечает тенденции развития теоретических воззрений современного языкознания относительно использования языковых средств в профессиональной речевой деятельности.

Объектом данного исследования является коммерческий дискурс, зафиксированный в скриптах видеозаписей. Его предметом выступают характеристики стратегий и тактик речевого воздействия, реализуемых в коммуникативной ситуации обсуждения цены.

Цель исследования состоит в комплексном анализе стратегий и тактик речевого воздействия носителей китайского языка в коммуникативной ситуации обсуждения цены.

После обработки эмпирического материала нам удалось выделить 4 наиболее показательные стратегии:

1. Первоначальное завышение цены из расчета на торг. Так, при покупке игры на play station происходит следующий диалог [1]:

А: 多少钱? – Сколько стоит?

В: 180 元。 – 180 юаней.

А: 可以便宜吗? – Можно подешевле?

В: Продавец отрицательно качает головой.

А: 不可以吗? 170 可以吗? – Нельзя, да? За 170?

В: 不行。 – Нет.

Диалог продолжается еще около минуты. К концу торга, покупатель собирается уходить, и вдруг продавец неохотно соглашается:

В: Ok, 170 可以 – Ла-а-адно, давай за 170.

Пример демонстрирует готовность китайских продавцов на уступку хотя бы в незначительной сумме. С психологической точки зрения, такой продолжительный процесс торга требует много усилий и терпения. «Ради чего?» – спросит представитель западной культуры. «Торг ради торга. В Китае все торгуются. Не торговаться – не прилично, это неуважение!», – объяснит представитель восточной культуры. Каждый участник торгов должен остаться доволен: покупатель – тем, что «выторговал» скидку, пусть даже невеликую, а продавец – тем, что уважил скидкой покупателя, и сам все равно остался в прибыли. Изначально сильное завышение цены сначала шокирует покупателя, но зато дает возможность снизить цену, например, в два раза, чему очень радуется клиент. В результате таких торгов, все испытывают большое удовлетворение.

С психолингвистической точки зрения, неоднократное произнесение продавцом таких фраз, как 不行, 不可以 должно подвигнуть покупателя на новые действия: соглашаться, предлагать другие условия или прекращать торг. Желание клиента уйти, в свою очередь, также провоцирует торговца на принятие решения: уступить по цене или упустить клиента.

2. Стратегия повтора. Поскольку в Китае торговаться принято всегда и везде, то даже нарушившая правила дорожного движения женщина пытается уговорить сотрудника дорожных служб уменьшить размер штрафа [2].

А: 20 块钱。 20 юаней

В: 交 10 块算了。 Сбросьте десятку...

А: 咱们这里不是做生意, 您这是违法了。 Мы тут не торговлей занимаемся, вы закон нарушили.

В: 违法违法, 我知道。 Нарушила, нарушила, знаю...

А: 没有讨价还价。如果您违的法条就是这项。 Торговаться не выйдет. Если нарушили, платите штраф...

В: 交 10 块吧! А, может, сбросишь десяточку..., – всё равно настаивает на своём нарушительница. В приведённом примере наблюдается проявление риторики напористого нажима, реализуемого таким компонентом функциональной нагрузки как повтор. Также в данном примере можно выделить использование стратегии коммуникативного лицедейства, когда через многочисленное повторение согласия с позицией полицейского, женщина все равно продолжает вести торг.

3. Стратегия быстрой речи. Скорость, с которой торговцы начинают заговаривать покупателя, при этом используются короткие предложения, возможны многократные повторы одних и тех же слов и выражений, их скорость может достигать до 18–20 предложений в минуту (без учёта ответных реплик) [3].

4. Стратегия воздействия брендом. Например, в следующем диалоге, при покупке телефона [4]:

А: 这个多少? – Сколько этот стоит?

В: 手机 600 – 600 за телефон.



А: 那这个呢? – А этот?

В: 这特价手机 2000。 – По специальной цене со скидкой, 2000.

А: 2000? 这个土豆 2000 块钱? – 2000? За эту картошку?

В: 这那里土豆? 那是特价手机呀! 苹果新开的苹果七呀! – Да какая это картошка, по особой цене телефон, Apple 7 же! (На момент создания видео фирма ещё не выпустила телефона седьмой модели. – *прим. автора статьи*)

В этом примере наблюдается использование смешанных тактик. Одновременная попытка убедить в том, что цена уже минимальна, допустим, из-за акции, и в то же время утверждать, что товар брендовый, от известной фирмы. Кроме того, стоит отметить использование междометия 呀 (употребляется дважды), которое входит в оборот устной речи и применим в ситуациях неформальных, когда коммуниканты близки по возрасту, состоят в крепких дружеских или хороших товарищеских отношениях. Коннотативное значение 呀 – передача состояния досады, недоумения, удивления. Вероятнее всего, в данном контексте с его помощью передаётся досада или даже раздражение, вызванное нежеланием покупателя приобрести телефон. Частица 呢 в данном случае при наличии вопросительного слова несёт дополнительную вопросительную интонацию, используется для усиления смысла или акцентирования на нём внимания продавца.

Отдельно стоит отметить проявление стратегии лицедейства, к которой в приведённом диалоге прибегает покупатель, намеренно понижая ценность товара, его значимость и физическую стоимость посредством метафоричного сравнительного оборота (товар – «картошка»), то есть не является уникальным, необычным, как в свою очередь пытается доказать торговец.

Итак, способы взаимодействия, тактики и стратегии в деловом дискурсе китайского языка индивидуальны в каждом конкретном случае. Среди выявленных стратегий такие как: стратегия повтора, стратегия воздействия брендом, стратегия завышения цены «с запасом» на торг. Были выявлены закономерности реализации тактик на лексическо-семантическом уровне. Таким образом, проведённое в рамках коммуникативно-прагматического подхода исследование позволило нам выяснить, что цели взаимодействия субъектов в деловой сфере и коммуникативные противоречия обуславливают особенности стратегий речевого воздействия в китайском коммерческом дискурсе.

#### Список источников

1. Bargaining for Playstation in China [Электронный ресурс] // 2015, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=v09zYQADysI> (Дата обращения: 29.03.2016)
2. «Подешевле можно?» 北京大妈闯红灯被罚 20 元 与交警砍价“再便宜一点 视 频 [Электронный ресурс] // 2013, URL: <http://my.tv.sohu.com/us/63269911/57541397.shtml> (дата обращения: 29.03.2016).
3. 讨 价 还 价 [Электронный ресурс] // 2007, URL: <http://baidu.ku6.com/watch/1060417371639473939.html?page=videoMultiNeed> (дата обращения: 29.03.2016).
4. 讨 价 还 价 中 文 [Электронный ресурс] // 2015, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Lq0bma6SCAQ> (дата обращения: 29.03.2016).



## СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ОДНОВРЕМЕННОСТИ В КОРЕЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Цыбенова А.Ц.

научный руководитель канд. филол. наук Цыденова Д.С.

*Бурятский государственный университет*

Тарасова О.Г. определяет временную одновременность действия как семантическую категорию, отражающую восприятие и осмысление человеком одновременности протекания действия либо с моментом речи говорящего, либо с иной точкой отсчета.

В корейском языке можно выделить три грамматических способа выражения одновременности действий: окончания *-고* (-ко), *-면서* (-мёнсо), *-다가* (-така). Самый употребляемый способ - присоединение к глагольной основе (инфинитиву) окончания *-고* (-ко). А.А. Холодович пишет, что деепричастие *-고* указывает на то, что выраженное им действие предшествует другому действию, но состояние возникшее в результате первого действия, одновременно другому действию и (таким образом) сопровождает его.

В грамматическом справочнике "한국어 학습 전문가용 어미·조사 사전" ("Словарь соединительных окончаний и предлогов корейского языка") Окончание *-고* рассматривается как соединительное окончание двух частей сложносочиненного предложения.

1. Перечисление двух или более равноправных частей предложения. Можно привести примеры, такие как: 친구랑 저녁을 먹고 커피를 마셨어요 мы с другом поужинали и выпили кофе; 어제부터 열이 나고 목이 아팠어요 со вчерашнего дня у меня поднялась температура и заболело горло; 숨이 아주 부드럽고 따뜻하거든요 хлопок очень мягкий и теплый.

2. Связь двух равноправных частей предложения, но противоположных по значению и происходящих в один и тот же промежуток времени. 하루 종일 읽고 쓰고 한다 весь день я то читал то писал; 꽃은 다시 피고 진다 цветы то цвели то вяли.

Окончание *-고* также выступает в качестве наречного окончания и может указывать на:

3) Одновременность событий в обеих частях сложносочиненного предложения. Примеры: 그는 시골에서 농사를 짓고 산다 он жил в деревне, занимаясь сельским хозяйством; 군인들이 온종일 비를 맞고 행군했다 солдаты маршировали под дождем, который лил весь день; 가슴을 조이고 그가 이기기를 기다렸다 сердце замирало в ожидании его победы.

Второй способом выражения одновременности выступает окончание *면서* присоединяется к глагольной основе (инфинитиву) или прилагательному, а также к существительным. А.А. Холодович говорит, что деепричастие указывает на то, что выраженное им действие или состояние одновременно другому действию или состоянию.

1. Оба действия происходят в одном временном промежутке. 나는 텔레비전을 보면서 밥을 먹었다 я смотрел телевизор и ел; 차를 마시면서 이야기를 할까요? может быть поговорим за чашкой чая?; 운전하면서 전화하지 마십시오 не звоните,

*пожалуйста, пока я за рулем машины; 비를 맞으면서 택시를 기다리고 있었다 я стоял под дождем, ожидая такси; 그녀가 웃으면서 말했다 она сказала, улыбаясь.*

2) Окончание -면서 может использоваться при наложении одного действия на другое. Примеры: 사랑을 잃으면서 자신을 잃었다 *теряя любовь я потерял себя; 돈도 못 받으면서 그런 일까지 왜 해요? почему ты занимаешься этим, не получая за это денег?*; 이 약 저 약 사 먹으면서 견뎌 보았다 *мучаясь от боли, я принимал то те то эти лекарства.*

3) Первая часть предложения является причиной действия второй части предложения. 5 월이 되면서 벌써 더워지기 시작했다 *во время наступления мая уже становилось жарко; 그 노인은 나이가 들어가면서 돈이 전부가 아니라는 생각을 하기 시작했다 со старостью этот человек начал задумываться о том, что деньги не являются всем; 날씨가 풀리면서부터 여기저기 물웅덩이가 생겨났다 с потеплением погоды то тут то там появились пруды.*

И, наконец, существует третий способ выражения одновременности, когда к глагольной основе (инфинитиву) присоединяется окончание -다가, которое имеет три основных значения:

1) Указание на прерванность действия - в течение того, как происходило какое-либо действие, оно завершилось, перейдя в другое действие. Можно привести примеры, такие как: 아까는 비가 오다가 이제는 눈이 온다 *шедший недавно дождь перешел в снег; 그는 선수였다가 이제는 감독 노릇을 한다 закончив карьеру спортсмена он перешел в арбитры; 양손을 머리 위로 올렸다가 내리는 동작 *подержав руки над головой опустить их вниз.**

2) Указание на завершение действия, которое происходило до этого. Примеры: 어제 하다가 그만둔 나머지 일을 끝냈다 *я вчера доделал оставшуюся работу, которую делал до этого; 비가 오다가 그쳤다 *дождь перестал идти.**

3) Указание на появление нового действия во время предшествующего действия: 친구들이랑 농구를 하다가 다쳤대요 *я слышал, что играя в баскетбол с друзьями вы поранились; 집에 오다가 백화점에 들렸어요 *идя домой я зашёл в универмаг.* Однако при переводе на русский язык таких выражений, как 나는 커피를 마시다가 그 생각을 했다 *я думал об этом, попивая кофе; 잠을 자다가 꿈을 꿔다 *я спал и видел сон,* мы можем отметить одновременность действий, так как оба действия должны и происходят в один промежуток времени. Сказать, что мысль пришла после того, как я выпил кофе, мы не можем, так как я задумался во время того, как пил кофе. Если бы мысль пришла после завершения действия *пить кофе,* мы бы использовали другое деепричастное окончание, например, такое как – инфинитив - (으)니 후(에) (-н хуэ). В примере *잠을 자다가 꿈을 꿔다 *я спал и видел сон* сказать, что я увидел сон после того, как проснулся невозможно, поэтому пример *видеть сон* ярко выражает одновременность двух действий.***

Мы можем прийти к следующему выводу, что окончание -면서 наиболее ярко выражает одновременность действий в предложении корейского языка. В то время как -다가 и -고 могут выражать одновременность в зависимости от контекста. Основными значениями окончаний -다가 и -고 являются прерванность действий и перечисление действий соответственно.





### Список литературы

1. Холодович, А.А. Очерк грамматики корейского языка: учебное пособие / А.А. Холодович. – М.: Москва, 2014. – С. 153 - 154, 156 - 157.
2. Тарасова О.Г. Функционально-семантическое поле одновременности действия во французском и русском языках [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/funktsionalno-semanticheskoe-pole-odnovremennosti-deistviya-vo-frantsuzskom-i-russkom-yazyka#ixzz44Wtup3dP>, (дата обращения 30.03.2016)
3. 이희자, 이종희. Ли Хиджа, Ли Джонхи. 어미 조사 전문가용 사전 /Оми джоса джонмунгаён саджон ("Словарь соединительных окончаний и предлогов корейского языка") Сеул: Хангук Мунхваса, 2010. -С. 69-60, 766-768, 367-369.



**ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ ПО ОПТИМИЗАЦИИ  
ПЕРЕВОДЧЕСКОГО ПРОЦЕССА  
(РУССКО-КИТАЙСКАЯ ЯЗЫКОВАЯ ПАРА)**

**Чжан Юй**

**научный руководитель канд. филол. наук Чистова Е.В.**

*Сибирский федеральный университет*

В сегодняшнем мире процессы глобализации и интернационализации активно протекают во всех сферах современного общества. Миграционные потоки, академическая мобильность и бизнес-взаимодействие между различными странами и континентами естественным образом порождают проблемы в области межкультурной коммуникации и перевода. Деловая корреспонденция и научно-техническая документация в последнее время разрослись до таких объемов, что вопрос оптимизации работы переводчиков в этой сфере встает особенно остро. Одним из решений являются разработки в области компьютерной лингвистики, в частности автоматический и автоматизированный виды перевода. Однако тот факт, что компьютер на сегодняшний день не способен заменить человека, очевиден, и современный переводчик вновь остается с проблемой нехватки времени.

С целью оптимизации работы переводчика, мы провели эксперимент с несколькими переводчиками, которые работают с русским и китайским языками. Основными требованиями для переводчиков являлись: 1) возраст от 30 до 50, 2) наличие переводческого стажа не менее 3 лет, 3) наличие опыта перевода документов официально-делового стиля, 4) наличие навыков устного перевода.

Процесс эксперимента включает в себя четыре стадии: 1) перевод текста устно с помощью технологий распознавания речи, а также редакция полученных скриптов, 2) перевод текста письменно, 3) сравнение потраченного времени и качества двух переводов, 4) интервьюирование переводчиков, сборы вербальных протоколов.

Интервью включало в себя 3 следующих вопроса: 1. Как отличаются форма, структура, строение предложений, а также различия выбора лексических средств в устном и письменном переводах? 2. Как переводчик перевел бы какое-либо слово, словосочетание, предложение в письменном формате. 3. Работа с технологиями. Отзыв переводчиков о программах распознавания речи. Проблемы в процессе их использования. 4. Хотели бы переводчики воспользоваться данными программами, а также технологиями для сокращения времени перевода?

В ходе эксперимента переводчикам выдавался текст (2 страницы, 500-600 иероглифов на страницу). Далее одновременно включались программы распознавания живой речи онлайн и офлайн для того, чтобы сравнить качество полученных скриптов. Большинство программ распознавания речи делятся на два типа: офлайн и онлайн [3]. Программы офлайн по объёму очень большие и направлены на какой-либо конкретный язык (русский, немецкий, английский и т. д.), например программы RealSpeaker, Диктовка 5, Горыныч [1] и т. д. Данные программы платные, однако очень профессиональные, имеют различные плагины, которыми можно редактировать

записанную речь, чтобы получить идеальные скрипты. Скрипты, полученные такими программами, отличаются высоким качеством. Программы онлайн не требуют установок, не имеют плагинов, что, с одной стороны, является плюсом. Однако онлайн-программы распознают только живую речь, т.е. было невозможно получить скрипты из речей, записанных на диктофон. Анализируя качество скриптов, необходимо отметить, что скрипты, полученные с помощью онлайн-программ, удовлетворили переводчиков частично. Работать с такими скриптами было трудоемко, так как иногда в них появлялись совершенно другие слова, неправильные окончания, слова с орфографическими ошибками и т. д. Приведем примеры скриптов, полученных программами:

*Текст-оригинал:* 项目经理要控制好项目进度, 要写好多相关文档, 协调好资源, 控制需求, 控制项目风险。原来项目经理还需要很好的写文档水平...

1. *Скрипт переводчика, полученный с помощью программы онлайн:* Директор по проектам должен уметь работать с проектом успевать за их развитием написать очень много разных статей о проектах уметь работать с ресурсами разными выполнять выполнять просьбу клиентов и чтобы ни в коем случае не было риски проектах ...

2. *Скрипт переводчика, полученный с помощью программы офлайн:* Директора по проектам должны уметь работать с проектами, успевать за развитием проектов, писать очень много разных статей о проектах, уметь работать с разными ресурсами, выполнять просьбы клиентов и, чтобы ни в коем случае не было рисков проектов...

Из приведенных примеров несложно обнаружить качественную разницу. Однако хоть программы офлайн имеют преимущества, но при их эксплуатации мы встретились с такими техническими проблемами, как: отсутствие инструкций при работе с плагинами, невозможность установить программу, сложность с извлечением скриптов и т.д.

В процессе редактирования скриптов переводчики столкнулись с такими проблемами как ошибочное употребление слов, неправильный порядок слов в предложении и т. д. Так как русский и китайский языки являются одними из самых сложных языков в мире и имеют существенные отличия друг от друга, а также по причинам различия устного и письменного текстов, некоторые словосочетания или даже фразы полностью трансформировались [2]. Приведем несколько примеров:

1. *Текст-оригинал:* 项目经理其实是关系项目成败的关键人物。 Полученный скрипт: Директор это очень важный момент для успеха проекта тоже можно назвать ключевой момент. Скрипт после редакции: На самом деле, директор по проектам является самым важным звеном в успешности реализации проекта (*прим. перевод выполнен автором статьи*). (В данном примере устный перевод не совпадал с первоначальным значением оригинального текста.)

2. *Текст-оригинал:* 很多时候, 项目做完了, 每个人心里想的都不一样。 Полученный скрипт: Очень часто мы закончили проект, но каждый чувствует по-разному. Скрипт после редакции: Очень часто были случаи, когда проект успешно завершен, но впечатления у всех остались разные (*прим. перевод выполнен автором статьи*). (В данном примере сохранились характеристики устной речи, поэтому переводчику пришлось полностью перефразировать предложение.)

3. *Текст-оригинал:* 程序员有十个层次, 从菜鸟到科学家。 Полученный скрипт: Существуют 10 уровней по квалификации программистов начиная с новичков

до профессионалов. Скрипт после редакции: По квалификации, программистов можно разделить на 10 уровней: от начинающих до профессионалов (*прим. перевод выполнен автором статьи*). (В данном примере, скрипт устного перевода стилистически не подходит под письменный текст.)

4. Текст-оригинал: 网上购物现在已经成为了一种潮流, 不仅因为货物的价格便宜, 还因为种类繁多, 人们可以不出家门就购买他们喜欢或者需要的东西。 Полученный скрипт: Покупки через интернет стали тенденцией, не только потому, что цена более низкая также потому, что гораздо больше предлагается выбор и не нужно выходить из дома, а также можно спокойно покупать товар который тебе нравится. Скрипт после редакции: Сегодня, онлайн-магазины стали модой, не только по причинам низких цен, но и большого выбора. Люди могут, не выходя из дома, покупать то, что им нравится (*прим. перевод выполнен автором статьи*). (Конструкция предложения из скриптов устного перевода не соответствует нормам письменного текста.)

5. Текст-оригинал: 首先我们需要一个帐号, 如果没有帐号的话我们可以点击左上角的免费注册然后按照规定一步一步的填写资料。 Полученный скрипт: Во-первых нам необходим аккаунт, если его нет нужно его зарегистрировать. Нажмите в левом верхнем углу бесплатно зарегистрироваться и шаг за шагом согласно предписаниям заполнить форму регистрации. Скрипт после редакции: Во-первых, нам понадобится аккаунт, в случае отсутствия нажмите в левом верхнем углу «бесплатно зарегистрироваться», после этого согласно условиям, пошагово заполните анкету регистрации (*прим. перевод выполнен автором статьи*). (Предложение частично не соответствует стилистическому оформлению).

Сбор материала письменного перевода на данный момент не реализован, поэтому мы сразу перешли к этапу интервьюирования. В беседе мы опросили испытуемых переводчиков об идеях, мыслях, причинах использования того или иного эквивалента в процессе переводческой деятельности, задали несколько вопросов о технологии распознавания речи и т. д. Интервью было записано на диктофон, что и называется вербальным протоколом. Фрагмент из интервью:

Интервьюер: На днях мы с вами провели эксперимент, в котором вам давался незнакомый текст, и вы без подготовки его переводили, а теперь скажите, пожалуйста, если мы будем этот текст переводить письменно, то как вы будете работать, переводить основную идею или же, соблюдая структуру, четко и точно слово за словом все переводить?

Переводчик: Я бы здесь сказала, что в принципе, учитывая полярную разницу китайского и русского языка, в письменном переводе структура предложений осталась бы прежней, как и в устном переводе. Возможно, более четко были бы описаны детали, сохранение исходного варианта, но, на самом деле, структура, какая она явилась в устном русском переводе, та бы и сохранилась в письменном русском переводе.

Интервьюер: Из полученного скрипта вашего устного перевода мы заметили такие ситуации, где были употреблены разговорные слова или выражения, например «в толпе людей». Вы бы их оставили в процессе редакции скриптов или бы их заменили?

Переводчик: Здесь такая двойкая ситуация. В принципе, если мы будем очень строго сохранять стилистические нормы, то мы не будем использовать слова с сильной

окраской устного стиля, но в некоторых ситуациях мы можем воспользоваться таким стилистическим приемом, где мы сохраняем эти слова в письменных переводах и заключаем их в кавычки, тем самым подчеркиваем эту компоненту выражения.

*Интервьюер:* Когда вы делали устный перевод, мы воспользовались программами распознавания речи, которые переводили вашу речь в письменный вариант. Скажите, пожалуйста, вы бы воспользовались данными программами, чтобы ускорить процесс переводческой деятельности или нет?

*Переводчик:* На самом деле я считаю, что программа очень удобная даже для личного пользования, когда человек читает большой объем литературы, который требуется реферировать. Это действительно очень удобно потому, что мысль идет действительно вперед, и не всегда ты успеваешь корректно зафиксировать какие-либо моменты, которые возникают в сознании. И в принципе программа очень эффективная не только для экономии времени на перевод, но и для личного времени.

На данный момент, так как процесс сбора письменных переводов еще не реализовался, поэтому мы не сравнили качество и затраченное время переводов. Однако из полученных результатов, мы можем заключить, что технологии распознавания речи в нашем эксперименте показали свои достоинства, и из 4 испытуемых переводчиков 3 проявили желание воспользоваться данными программами. В процессе редактирования полученных скриптов, в связи с большими различиями русского и китайского языков, самые частотные проблемы, с которыми сталкивались переводчики – это стилистические проблемы, которые, на первый взгляд, не казались большим и трудным вопросом. Однако когда скрипты редактировались, переводчики поняли, что это довольно большая проблема, так как требовалось сохранять смысл и когезию между предложениями, и в тоже время предложения должны соответствовать грамматическим и стилистическим нормам. Поэтому редакция скриптов заняла большую часть переводческого процесса (2 листа по 3000 знаков с пробелами от 30 минут до 2 часов).

В нашей дальнейшей работе мы планируем собрать большее количество материалов (скрипты устных переводов, письменные переводы), анализировать их, чтобы получить более конкретные данные и выяснить, могут ли современные технологии оптимизировать процесс работы переводчика.

### Список литературы

1. Троицкий Д. Технологии распознавания речи в работе письменного переводчика // Актуальные задачи, современные технологии и перспективы переводческой отрасли в России. Екатеринбург: ООО «Издательство УМЦУПИ», 2016. С. 7–10.
2. Чистова Е.В. Когнитивный подход в выделении единицы перевода в профессионально-ориентированных текстах // Когнитивные исследования языка. М.: Институт языкознания РАН, 2015. С. 437–444.
3. Lembersky G.; Ordan N.; Wintner S. Language Models for Machine Translation: Original vs. Translated Texts / Computational Linguistics. V. 38, №4. P. 799–825.

