

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С.Сковороди

Факультет іноземних мов
Факультет іноземної філології
Історичний факультет

ПИТАННЯ СХОДОЗНАВСТВА В УКРАЇНІ

*Тези доповідей
Всеукраїнської науково-практичної конференції
з міжнародною участю
28 березня 2019 р.*



Харків – 2019

5. Ініціали “j”, “z”, “zh” варто передавати в українській транскрипції через “дж”, “дз” й “дж” відповідно, оскільки дж і дз в українській мові є ОДНИМ окремим звуком, а не комбінацією звуків, як і не є поєднанням звуків китайські ініціали j”, “z”, “zh”. Окрім того, носіям української мови природно вимовляти ці звуки, а не цз або чж відповідно, бо за законами української фонетики в потоці мовлення вони асимілюються, і їх вимовлятимуть, як дз та дж.

Ще одним аргументом на користь використання дж та дз є той факт, що китайські приголосні “z”, “zh” як дзвінки становлять опозицію глухим «с» та «ш», відповідно дзвінками африкатами в українській мові і є дз та дж, а ц та ч є глухими.

Отже, українську практичну транскрипцію китайських власних і загальних назв розроблено на фонологічних засадах із врахуванням особливостей як китайської мови, так і української.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Драгунов А.А., Драгунова Е.Н. Структура слога в китайском языке // Советское востоковедение. – 1955. – № 1.
2. Безпаленко А.М. Принцип суміжності в мові. Слово у дзеркалі гештальттеорії. - К.: Київський університет, 2009. - 423 с.

ПРИЧИНИ ЗМІН ЗНАЧЕНЬ ВИГУКІВ У КИТАЙСЬКІЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

Копилова Ніна Андріївна, студентка 5 курсу

Харківський національний педагогічний університет імені Г.С.Сковороди

Науковий керівник: к.ф.н., доц. Н. В. Руда

В сучасній лінгвістиці спостерігається підвищений інтерес до проблеми використання мови в інтернет-комунікації. Інтернет є не тільки джерелом різноманітної інформації, але й посередником для спілкування. Особливо актуально це для Китаю, де, згідно з останнім звітом Китайського інформаційного Інтернет-центру, в грудні 2017 року було зареєстровано 772 мільйона користувачів [1].

Великою популярністю користуються китайські соціальні мережі і багато інших платформ, на яких відбувається спілкування між користувачами. Оскільки спілкування відбувається в письмовій формі, виникає необхідність пошуку нових шляхів адекватного вираження бажаного сенсу і передачі інтонації усного мовлення. Тому комуніканти вдаються до допоміжних засобів повідомлення інформації, таких як вживання смайлів, картинок, відео, експресивних часток, вигуків тощо.

У китайській мові вигук є особливою частиною мови, яка не відноситься ні до самостійних, ні до службових, а також не має

конкретного граматичного і лексичного значення. В інтернет-комунікації функції вигуків можуть істотно відрізнятися від тих, які вони традиційно виконували в усній і письмовій мові в доцифрову епоху.

Вигуки можуть ставитися, як на початку, так і в кінці речення, вони не мають граматичних зв'язків з іншими членами речення і не входять в його граматичну структуру. Більш того, вони відокремлені від речення і передають не конкретний зміст, а певний емоційний відтінок [2].

Важливо те, що вигуки є полісемантичними, і в китайській мові немає суворої регуляції з їх використання. Звертаючись до питань класифікації, ми побачимо, що дослідники беруть за основу різні аспекти вигуків, оскільки на даний момент не існує єдиної загальноприйнятої класифікації.

Розглянемо деякі приклади використання поширених вигуків в онлайн-спілкуванні. Передані ними емоції визначаються тоном, з яким вони вимовляються, і їх позицією в реченні.

Вигук 啊

3. 啊 на початку або в кінці фрази висловлює здивування, захват.

Наприклад: 啊! 好漂亮啊! – Як красиво!

4. 啊 в кінці фрази висловлює подив, невпевненість.

Наприклад: 这个事情啊 你让我再想想 – Ця справа ... Дай мені ще подумати...

5. 啊 в кінці фрази висловлює здогадку або згоду.

Наприклад: 娜娜啊 她可能不在家 – Нана ... Мабуть, вона не вдома.

Вигук 哦

- 哦 на початку речення висловлює розуміння.

Наприклад: 哦我懂了懂了! – О! Я зрозумів!

- 哦 в кінці імперативного речення висловлює команду, попередження, звинувачення, заклик [3].

Наприклад: 你一定要来哦, 不要迟到哦 – Обов'язково прийди, не запізнися.

- 哦 в кінці речення висловлює неформальність мови, дружелюбність.

Наприклад: 下午见哦 – Побачимось після обіду.

Вигуки 哈, 呵, 嘿

Кожен із цих вигуків служить для передачі емоції сміху в інтернет-комунікації, проте цей сміх має різні відтінки, що впливає на зміст речення.

- 哈 його подвоєння 哈哈 (hāhā), і потроєння 哈哈哈哈哈 (hāhāhāhā) можуть передавати як щирий сміх, так і виражати щастя або задоволення [4].

Наприклад: 哈哈你的表情包好可爱 – Хаха, твої стікери дуже милі.

- 呵呵 Раніше цей вигук використовувався для передачі незграбного сміху або милої посмішки.

Наприклад: 呵呵, 谢谢你 – Хехе, спасибі.

Тепер він може використовуватися з відтінком глузування. Крім того, молодші покоління інтернет-користувачів вживають це вигук для вираження сарказму [5].

Наприклад: 呵呵, 就他, 也能考满分? 肯定是抄的答案! - Хех, так навіть він отримав найвищий бал на іспиті? Точно списав відповіді!

- Вигук 嘿嘿 не несе в собі негативного сенсу і використовується для передачі милої посмішки.

Наприклад: 嘿嘿, 我们明天一起去呀, 么么哒 - Давай завтра підемо разом.

Отже, інтернет-комунікація в Китаї – це складний багатогранний феномен, який має великий вплив на всі сфери життя населення. Нині можна спостерігати зміни в мовній комунікації, що відбуваються під впливом різних факторів. Якщо раніше вигук були способами передачі раптових почуттів, а їх відсутність компенсувалося інтонацією, жестами або мімікою, то в онлайн-спілкуванні, через брак невербальних засобів комунікації, співрозмовники все частіше вдаються до використання вигуків. Таким чином, вони не лише імітують інтонаційні патерни, що склалися в усному мовленні в доцифрову епоху, а й надають емоційний відтінок нейтральним реченням. Використання вигуків в інтернет-комунікації також особливо тим, що нові смисли, відмінні від загальноприйнятих, легко закріплюються за вигуком і швидко поширюються через соціальні мережі, які нараховують мільйони користувачів.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Statistical Report on Internet Development in China / China Internet Network Information Center, 2018.; [Електронний ресурс] . – Режим доступу: <https://cnnic.com.cn/IDR/ReportDownloads/201807/P020180711391069195909.pdf>
2. Li Dejin. Practical Chinese Grammar for Foreigners Beijing / D. Li, M. Chen – Beijing: Beijing Language and Culture University Press, 2008. – 652 p.
3. 周洋 论语气词“哦”的语用功能/ 周洋// 现代语文(语言研究版), 2010, № 1 – 第16-19 页
4. 张传枝 语气词“撒”、“哈”、“咧”、“哦”在网络聊天语中的语用共性/ 张传枝// 湖北师范学院学报(哲学社会科学版), 2013 №6 – 第36-40 页
5. 孙言梅 浅析网络语言“淘宝体”的成因机制/ 孙言梅// 语言研究, 2012, № 1: – 第134-135 页

БУКВЕНІ СЛОВА В КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

Кулакова І., Огієнко К.О.

Проведення "політики реформ і відкритості зовнішньому світу", що була проголошена Ден Сяопином в 1979 р., повсюдне впровадження новітніх інформаційних технологій, що почалося незабаром, стрімке поширення мережі Інтернет, збільшення користувачів мережевих ресурсів спричинило необхідність запозичувати міжнародну термінологію, обробляти і створювати величезну кількість нової лексики. Повсюдне