

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ

Ворона Н.В.

студент,

*Київський національний університет
імені Тараса Шевченка*

СУЧАСНІ КИТАЙСЬКІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

Запозичення слів з однієї мови в іншу є невід'ємною частиною розвитку обох мов. Щодо визначення цього терміну у науковій літературі сформувалося два основні напрямки: запозичення як перехід з однієї мови в іншу внаслідок взаємодії цих мов [2] та як засвоєння слів однієї мови іншою [3]. Запозичення відбувається у три основні способи: графічні, фонетичні (звукові) запозичення та калькування. У китайській мові видатний дослідник Горелов визначає такі категорії запозичень: фонетичні, семантичні, фонетико-семантичні, вторинні та аббревіації [1].

Питання запозичень можна розглядати стосовно будь-якого періоду взаємодії, проте у сучасності, ері необмеженої інформації, під час активного процесу всесвітньої глобалізації, дослідження цього питання буде дещо відрізнятися від тих, які були здійснені нашими колегами – попередниками. Якщо раніше причини запозичень були визначені досить розмито: транзитне положення України, яке не має особливого значення у питанні відносин з Китаєм, оскільки певні товари дійсно проходили теренами нашої держави, проте не прямо з Китаю; культурні та економічні зв'язки, які існували завжди, а тому про їх різке «пожвавлення» на певному етапі як основну причину запозичень говорити не зовсім доречно.

Сьогодення знаменується зростанням «моди на Азію» у різних аспектах. Звичайно, коли певна реалія входить в активний вжиток носіїв мови, вона або кодується своєю початковою назвою, нерідко викривленою, спотвореною, або ж у мові-реципієнті формується нове слово на позначення цієї реалії. Розглянемо ці процеси докладніше на прикладах сучасних запозичень.

Наведені нижче запозичення з різною швидкістю розповсюджуються за межами вузьких кіл китаїстів і починають вживатися носіями української мови, які взагалі не володіють китайською мовою і не перебувають у прямих комунікативних контактах з носіями китайської мови, що дає можливість зробити припущення про майбутню масовість досліджуваного явища. Надати певну інформацію щодо цього питання можна нині лише з власного досвіду та чатів китаїстів з усього світу, оскільки це питання на сьогодні перебуває на стадії активного розвитку. Запозичення у цих сферах можна розподілити на ті категорії, в яких зараз найбільше відбувається крос-культурна комунікація:

1. **Мода на Азію:**

– **Музика:** мандопоп (жахлива назва сучасної китайської поп-музики), с – гар (укр. сі- реп) (китайська реп-культура);

– **Одяг:** із новою силою стали використовуватися назви традиційного одягу та стилів серед молоді через популярність азійської культури – ханьфу, ципао (в англійську назва прийшла через корейську мову – cheongsam);

– **Соціальні назви** – реалії, яких немає в нашій мові: маонюй – дівчина-кішка, яка повністю залежить від свого хлопця, і серед забезпеченої китайської молоді це вважається статусно «дозволити собі таку дівчину», у наших носіїв зазвичай це – образлива назва для гарних азійських дівчат, але які взагалі непристосовані до дівчат, шаонюй – дівчина-підліток на вигляд.

2. **Продукти харчування:**

– **Чайна культура:** назви різних чашечок, ситечок, різноманітного чайного приладдя та інших товарів для чаю, чацзі – столик для чаю, безпосередньо самі види чаю – улун, пуер, а також різновиди червоного чаю, оскільки з'явилася значна кількість дистриб'юторів якісного чаю в Україні. Назви сортів зазвичай просто становлять фонетичні запозичення (хоча і мають повноцінне значення в мові походження, що нівелюється в мові-реципієнті), але знайомі людям, які не знають китайської – Дахунпао, Цзіньцзюньмей;

– **Назви традиційних святкових страв і солодоші** (цзунци (страва з рису, завернутого у листя бамбуку), байту (цукерки));

– **Страви, які поступово набувають популярності** (хого замість китайського самовару, чи хотпот (трансмовне запозичення з англійської), тофу);

3. **Інтернет – лексика** – категорія, яка розвивається досить динамічно, що зумовлено насамперед економічним чинником: усі китайські додатки, і що найважливіше, розважальні додатки, монетизовані; на них неважко заробляти лише завдяки оригінальності та любові до китайської культури, через що кількість їх українських користувачів, навіть без знання китайської мови, зростає з кожним днем. До цієї групи належать:

- **Назви онлайн – платформ**, додатків: Вейбо, Вічат, Квайшоу (快手), Доуїнь (китайський тікток).

- Оскільки на китайських онлайн-платформах можна заробляти напряму, без реклами, то з'являється слова пов'язані з цим: live – звичайний прямий ефір на будь-якому додатку, тоді як zhibo (укр. чжибо) – від пін'їня – прямий ефір із можливістю заробляти саме напряму; PK (укр. пікей) – батл, боротьба онлайн між двома ведучими, що пізніше поширилося і на інші сфери, тепер носії китайської так жартуючи можуть сказати на суперечку двох професіоналів або на гру, де має бути два суперники, визначною рисою є те, що суперники за таких умов взагалі належать до різних рівнів підготовки та мають різні можливості.

- **Вульгаризми**, які використовуються на позначення представників азійської раси (DD або dd – походить від 弟弟, на позначення статевого органу дуже скромних параметрів – про вередливого парня – азіата, чия поведінка є досить дратівливою.

4. **Слова, «привезені» китаїстами з Китаю** і активно поширені серед їх сімей, друзів та знайомих:

- **Їжа**: Хайділао – про кафе із високим рівнем обслуговування (походить від власної назви однієї з кращих мереж хого у Китаї), чифанька – маленьке кафе, де можна швидко перекусити; boba (укр. буба) – молочний чай із тапіокою у вигляді кульок, винайдений на Тайвані, але цю назву він отримав саме у Гонг-Конзі (з діалекту – велика перлина), така назва закріпилася і в українській мові, і в англійській.

- **Терміни з філософії**, які використовуються гіперболізовано або просто «не в тему»: увей – у загальному розумінні це – філософський концепт невтручання у перебіг подій, але у китаїстів використовується як опис ситуації, коли дедлайни горять, а суб'єкт дії чи то не усвідомлює цього, чи то просто не хоче усвідомлювати, і не ворухиться з місця.

- **Фрази, які набули іменникового значення** – тінпудун (досл. чую – не – розумію), найчастіше використовується із описовим

прикметником на зображення ступеня цього явища: повний тінпудун (темний ліс, нічого не зрозуміло, при чому до китайської мови це, зазвичай, ніякого відношення немає).

Отже, у наведеному дослідженні ми визначили особливості міжмовної взаємодії в аспекті запозичень з китайської мови в українську на сучасному етапі, окреслили напрямки взаємодії та навели теорії щодо подальшого розвитку досліджуваного явища. Доречним буде звернутися до результатів дослідження через певний проміжок часу (кілька років) і проаналізувати, чи підтвердилися висунуті гіпотези.

Список використаних джерел:

1. Горелов В. И. Лексикология китайского языка. – Москва, 1984. – 217 с.
2. Жлуктенко Ю. О. Мовні контакти. – Київ: Вид-во Київ. ун-ту, 1966. – 134 с.
3. Кияк Т. Р. Запозичення та інтернаціоналізми у фахових мовах // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка, 2004. – № 27. – С. 245–249.
4. Суперанская А. В. Заимствование слов и практическая транскрипция. – Москва, 1962. – 47 с.
5. Янь Ц. Русские заимствования в китайском языке и их учет в обучении русскому языку китайских студентов. – Москва: Мир науки, культуры, образования, 2011. – № 5. – С. 333–335.
6. 孙迪. 西方留学生的汉语交际文化教学研究: 黑龙江大学
7. 吉娜. 中乌跨文化冲突及适应对策 – 以乌克兰留学生在华经历为视角: 南京师范大学
8. 葛校琴. 英汉语言禁忌的深层文化映现. 外语与外语教学