

УДК 811.581'276.2:004.738.5

## СЕМАНТИЧНА ТРАНСФОРМАЦІЯ КИТАЙСЬКИХ ЛІНГВОКУЛЬТУРНИХ КОНСТАНТ ТА ПОРУШЕННЯ НОРМ КИТАЙСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ МОВИ В ІНТЕРНЕТ-ТЕСТАХ

Кравченко О.О.

Інститут філології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Стаття присвячена дослідженню особливостей семантичної трансформції китайських лінгвокультурних констант в Інтернет-текстах. На численних прикладах автор доводить, що так звана «нова граматична форма» Інтернет-сленгу визначила вектор трансформції традиційних граматичних правил китайської літературної мови. Проведене дослідження свідчить про те, що у зв'язку з активізацією культурних, політичних та економічних контактів Китаю з іншими країнами традиційні лінгвокультурологічні константи теж змінилися. Усі ці процеси яскраво відображені в китайськомовних Інтернет-текстах. У результаті постулюється ідея про те, що заміщення питомих елементів іноземними, копіювання моделей спілкування західного типу, вульгаризація традиційної семантики слів, надання лексемам нових функцій – усе це деструктує усталені норми граматики китайської літературної мови.

**Ключові слова:** трансформція, китайськомовні Інтернет-тексти, Інтернет-сленг, лінгвокультурна константа, норма літературної мови, «нова граматична форма».

**Постановка проблеми.** Китайськомовний кіберпростір характеризується численними порушеннями нормативної граматики сучасної китайської літературної мови. Потреба молоді як активних Інтернет-користувачів до прискорення процесу комунікації в мережі призвела до появи нових способів вираження думки, що найбільшою мірою вплинуло на граматику мови. За короткий проміжок часу так звана «нова граматична форма» Інтернет-сленгу не тільки отримала визнання серед молодих користувачів кіберпростору, а й визначила вектор трансформції традиційних граматичних правил китайської літературної мови. У широкому розумінні йдеться про певний код ідентифікації діяльності молодіжних субкультур на об'єктах кіберпростору.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Особливості функціонування сленгізмів, їх лінгвістична природа є об'єктом дослідження у працях В. Бондалєтова, М. Грачова, А. Дози, М. Копиленка, О. Лукашанця, Р. Макдевіда, І. Матвіяса, А. Мее, С. Микуцького, В. Мокієнка, Л. Ставицької, Е. Туманяна та ін. Що стосується китайського молодіжного сленгу, то в аналізованій дослідницькій парадигмі особливо прикметними є наукові розробки Н. Виноградової, І. Купріної, А. Свищук, К. Строганової, Ю. Тарасової, Г. Хаматової, а також китайських учених – Юй Суна, Чжана Шилу та ін. Разом із тим, питання, пов'язані з характером семантичних трансформцій традиційних лінгвокультурних констант в Інтернет-текстах, у виразних передусім у китайському Інтернет-сленгу, досі залишаються на маргінесі, що, у свою чергу, мотивує актуальність та новизну проведеного дослідження.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Синтаксичні функції частин мов у сучасній китайській мові є фіксованими. Проте в молодіжних кіберзонах досить поширеним є вживання окремих частин мов у не характерних для них синтаксичних функціях. Наприклад, N1+N2 (P): 销售电话我, 说可以去看西山晴雪了, 那边雪很大, 很漂亮啊! // Відділ маркетингу зателефонував, пропонуючи, піти подивитись на

пейзаж гір Сішань, де снігу дуже багато, неймовірно гарно! [Тут і далі переклад наш – О.К.]. Відтак, існує нагальна потреба проаналізувати особливості вживання китайських лексичних одиниць у не характерних синтаксичних функціях; визначити найпродуктивніші моделі китайськомовних сленгових виразів; встановити причини семантичної трансформції сакралізованих констант китайської культури.

**Мета статті** передбачає дослідження граматичних та семантичних порушень норм китайської літературної мови у процесі комунікації молоді в Інтернет-мережі.

**Виклад основного матеріалу.** У реченні 销售电话我, 说可以去看西山晴雪了, 那边雪很大, 很漂亮啊! іменник 电话 («електрон + розмова») виконує синтаксичну функцію присудка «телефонувати». При цьому лексема 电话 в сучасній китайській літературній мові за своєю частини-мовною належністю є іменником і не може вживатися у значенні дієслова. Задля використання цього іменника у значенні дієслова «дзвонити, подзвонити» у сучасній китайській мові до іменника 电话 «телефон» треба приєднати лексему 打 («бити»). У результаті отримуємо вираз 打电话, що буквально перекладається як «бити в телефон», тобто дзвонити.

Крім того, в сучасній китайській мові існує ряд дієслів, які не вживаються без прийменника, що вказує на напрямок, коли йдеться про агенса (су'єкта / носія дії) та адресата (пасивного учасника дії). До таких дієслів належать: 给...打电话 («телефонувати комусь»), 给...发邮件 («відправляти електронний лист комусь»), 给...送礼物 («дарувати подарунок комусь»), 给...寄包裹 («відправляти комусь посылку») тощо.

Як бачимо, в такому разі в реченні 销售电话我 опущено прийменник напрямку 给. Наголосимо, що така структура побудови виразу суперечить нормам граматики сучасної китайської літературної мови, а отже, йдеться про запозичення структури англійського виразу call me («зателефонуй мені»). Такі приклади запозичення англій-

ської структури побудови виразів дуже часто зустрічаються на молодіжних чатах, форумах. Наприклад, «别忘了电话我!» – від англ. «don't forget phone me!» («Не забудь подзвонити мені!»); «你发我邮件» – від англ. «You send me e-mail» або «You have emailed me» («Ти відправив мені е-мейл»); «我送你礼物你却不接受» від англ. «I gave u a present but u didn't accept» («Я подарував тобі подарунок, але ти не прийняла»).

Відповідно до правил нормативної граматики китайської мови, прислівник або заперечна частка не можуть знаходитися у препозиції щодо іменника. Натомість ці частини мови можуть передувати прикметнику. Усупереч названим нормативам, у текстах, представлених на молодіжних форумах, досить частотними є вирази зі структурою Adv+N+N, що походить, імовірно, від назви гонконзької молодіжної телепередачі 非常男女 («Неймовірні хлопці та дівчата»). В Інтернет-мові континентального Китаю збережено структуру Adv+N, проте прислівник 非常 було замінено на 很. Відтоді в кіберпросторі з'явилася велика кількість виразів на кшталт 他很男人 («Він дуже мужній», буквально – «він дуже чоловічий»); 别哭! 男人一点儿! («Припини плакати! Будь мужнім!», буквально – «Припини плакати! Більше чоловічності!»).

У молодіжних повідомленнях також трапляються подібні вирази з англійськими лексемами. Наприклад, 他真的很 man («Він справді дуже мужній», буквально – «він справді дуже чоловік»); 很 man, 很女人 («Дуже чоловічий, дуже жіночний», буквально – «дуже чоловік, дуже жінка»), 自认为还够 MAN, 也够女人 («Вважати себе досить мужнім, водночас і досить жіночним», буквально – «вважати себе достатньо чоловіком, водночас, і достатньо жінкою»). Не викликає сумнівів те, що подібні структури запозичені з англійської мови, зокрема йдеться про вирази «He is really very MANly» або «She looks too WOMANly». Проте в сучасній китайській мові одиниці 男人 та 女人 за своєю частиномовною належністю є іменниками, лексичні значення яких – «чоловік» та «жінка» – не вживаються у функції прикметників, а отже, прислівник 很 «дуже» не може вживатися у препозиції щодо аналізованих іменників.

Для передачі значень «мужній», «жіноча» в сучасній китайській мові існують питомі лексеми 帅 («мужній»), 有女人味 («жіночна»). Дотримуючись правил нормативної граматики сучасної китайської мови, семантичне наповнення вищевказаних висловлювань відображає структура: N+很+Adj (наприклад, 他很帅, 她很有女人味).

Структура 很X... 很XX ввійшла в молодіжний узус Інтернет-користувачів після того, як у 2010 р. студентка дала інтерв'ю каналу CCTV (один із каналів центрального телебачення Китаю) з приводу регулювання розміщення інформації в Інтернеті, вперше вживши структуру 很X... 很XX [28]: 上次我查资料, 突然蹦出一个窗口, 很黄很暴力, 我赶紧给关了 // «Минулого разу, шукаючи матеріал в мережі, несподівано на моніторі комп'ютера з'явилось вікно, «дуже жовте, дуже жорстоке», і я, поспішаючи, його зачинила». Саме після цієї репліки вираз 很黄很暴力 («дуже жовтий, дуже жорстокий») став Інтернет-мемом, що вказує на пейоративний

(порнографічний) контекст інформації в кіберпросторі.

Запропонований переклад останнього виразу вкотре засвідчує семантичну трансформацію традиційної китайської символіки в сучасному Китаї. У такому разі йдеться про «новий» контекст символіки жовтого кольору (наголосимо, одна із сакралізованих констант китайської культури), семантика якого з часом знижується, навіть вульгаризується. Постає питання: як авторитетний імператорський колір міг набути такої конотації? Пропонуємо звернутися до його символіки в Давньому Китаї, де жовтий (黄) колір завжди асоціювався із Землею, серединою, центром Усесвіту, а також сонцем, металом, і, врешті-решт, Династією Цінь. Так, Р. Вяткіна наводить аргументовані, на нашу думку, спостереження щодо висловлених попередньо тверджень: «Коли Цінь Ши Хуан-ді об'єднав Піднебесну, ставши імператором, хотів промовити: «Хуан-ді користувався покровительством стихії Землі, при ньому з'явився Жовтий Дракон, земний черв» [21, с. 159]. Крім того, жовтий колір у китайській культурі здавна вважався імператорським, а отже, найшанованішим [10, с. 21]. Символіка жовтого кольору є беззаперечно сакральною, про що свідчать такі спостереження: «Жовтий нащадок (Хуан-ді – головний бог, мешкає в Царстві Темряви) ласує білим нефритом із ключа нефритового нектару річки Безсмертя» [13, с. 188].

Важливо, що саме жовтий колір часто супроводжує обряди жертвоприношення: «Для володарки Землі Хоу Тху потрібно побудувати п'ять жертовен на округлих пагорбах посеред болот і приносити на кожен із них у жертву по одному жовтому ягнятї, при цьому учасники церемонії мають бути одягнені в жовтий колір» [21, с. 174]. Підтвердження сакрального статусу жовтого кольору також є його міфологічний контекст: «У Великій пустелі є Гора під назвою Обитель Довершеності – Ченду, що тримає на собі небо. На горі живе людина. В його вухах просунуті дві жовті змії, декілька жовтих змій він тримає в руках...» [13, с. 192]. Тривалий час у Китаї вважалося, що тільки імператори або дуже знатні особи мають право носити жовтий одяг та аксесуари жовтого кольору. Як бачимо, жовтий колір символізував благородне походження і обраність, тому й на парадному одязі імператора зображений жовтий дракон – міфічний прабатько китайської нації. Крім того, імператорський палац був також жовтого кольору. Якщо про когось казали 黄袍加身 («одягнув жовте вбрання»), то йшлося про людину, яка узурпувала трон. Зауважимо, під час правління династії Цінь одяг жовтого кольору мав право носити тільки імператор.

Зважаючи на активізацію культурних, політичних та економічних контактів Китаю з іншими країнами, традиційні лінгвокультурологічні константи теж змінилися. Наприклад, жовтий колір став «обростати» новими значеннями, поступово втрачаючи колишнє «благородство» та «обраність». Початок такого культурологічного зламу припадає на XX ст. та мотивований впливом культури Заходу. Крім того, присутнє значення у трансформації традиційного значення в китайській культурі жовтого кольору

мав також інший історичний факт: наприкінці XIX ст. в США з'явився друкарський верстат, на якому використовувалися чотири фарби. Так, у газеті «Нью-Йорк Уорлд» («New York World»), яку очолював Дж. Пуліцер, було започатковано публікацію серійних кольорових коміксів. Головний комічний персонаж, «народжений» з-під пера художника-графіка Р. Фелтона Ауткота – хлопчина з нью-йоркських нетрів, лисий і вухатий («носив жовту блузку до п'ят») [4]. Поступово «жовтий хлопчина» (англ. *yellow kid*) і його злободенні висловлювання стали символом сенсаційних новин. Пізніше автора коміксів переманив до себе головний редактор «Нью-Йорк Джорнал» («New York Journal») В. Рендольф Херст, після чого між двома виданнями розгорілася неабияка боротьба [4]. Відомим став вислів із цього приводу журналіста Е. Уордмена, який охрестив конкуруючі за «жовтого хлопчика» видання «жовтою пресою» – фактично афоризм, що сьогодні сприймається як ідіома.

У Китаї комікси з «жовтим хлопчиком» також швидко набули популярності, і поступово характеристика «жовтий» почала ототожнюватися в китайській культурі з «вульгарністю», «бульварщиною», «порнографією». Усе це вплинуло на семантичні процеси в китайській мові. Прикметно, що до словника, виданого у 1936 р. в Китаї, вперше було введене реєстрове словосполучення «жовта преса», що супроводжувалося такою дефініцією: «низькопробні видання, які привертають увагу читачів, охочих до бульварних новин і сенсацій найнижчого ґатунку» [8]. Із плином часу прикметник «жовтий» став вживатися у назвах порнографічної літератури, газет, кіно та телесеріалів. У такий спосіб з'явилися вирази на кшталт: 黄图 – «жовта картина» (порнографічні картинки), 黄书 – «жовта книга» (порнографічне видання) 黄片 – «жовті фільми» (порнографічні фільми), а 黄网 – «жовті сайти» (порнографічні сайти). Звернімо увагу, майже сакральний у традиційній китайській культурі колір почав ототожнюватися із порнографією! Терміни «жовта література», «жовті фільми», «жовті пісні» і «жовта преса» стали символами «хворих» культурних явищ у китайському суспільстві, тому в країні було розгорнуто рух за «випищення всього жовтого» (кит. 消黄). Це явище вкотре доводить безпосередній зв'язок мови і культури, суспільного життя тощо.

Кардинальна зміна значення і конотації жовтого кольору свідчила про потужний вплив на китайську культуру, а отже, на країни Сходу традицій Заходу. При цьому зауважимо, на «двох сесіях», що відбулися у 2016 р. в Китаї (сесія ВЗНП і сесія ВК НПКРК) член ВК НПКРК і заступник голови уряду провінції Хайнань Лін Фанлюй виступив із такою пропозицією: «Китайцям як нащадкам Жовтого імператора (Хуан-ді) просто непристойно пов'язувати жовтий колір із порнографією. Необхідно припинити використовувати в мові і офіційних документах вирази на зразок «ліквідація жовтизни і боротьба з незаконними діями», замінивши його на вираз «ліквідація порнографії і боротьба з незаконними діями» [7].

Після цього відбулися й інші події в суспільному житті Китаю, що сприяли розповсюдженню в Інтернет-просторі виразів, тотожних струк-

турі «很X... 很XX», які набули (що важливо!) позитивної конотації.

Звернімо увагу й на інші факти. У 2010 р. уряд Китаю заборонив розповсюдження додатку до загальновідомої – особливо серед ігromанів – комп'ютерної гри «魔兽世界» («World of Warcraft») через надлишок неприкритих кісток персонажів гри. Регулюючі органи визнали, що голі кістки заважають розвитку «здорової та гармонійної онлайн-спільноти». Отже, оператору гри в Китаї, що представляв інтереси її творців, нічого не залишалось, як «наросити плоть» на скелети китайської версії оригінального «World of Warcraft». При цьому розробники гри багаторазово попереджали владу про те, що вони збанкрутують, якщо не зможуть продавати запропонованого додатку. Для розуміння всієї ситуації важливими є такі факти: у «World of Warcraft» грають понад 11 мільйонів осіб, близько трьох мільйонів із яких є мешканцями Китаю. Дії у грі розгортаються на континенті Нордскол, захопленому Королем мертвих. Гравцям доводиться постійно зустрічатися з «живими» скелетами, повсталими з могил мерцями і навіть подорожувати територією, заваленою кістками драконів [3].

Після виходу оновленої версії гри «World of Warcraft» «із нарощеною плоттю» серед прихильників гри на Інтернет-форумі вибухнуло доволі жваве обговорення на тему «很X... 很XX» – «魔兽世界»很好很强大 // «Нова версія «World of Warcraft» «дуже чудова, дуже потужна» [27]. Звернімо увагу, що в назві форуму представлено мовну структуру «很X... 很XX», до складу якої увійшли ієрогліфи, що спершу використовувалися задля передачі негативної конотації. Натомість в останньому варіанті вислів набуває позитивних оцінок – діаметрально протилежного значення. На цьому форумі учасники мали можливість залишати пости, висувати власні думки, побажання та зауваження щодо нової версії гри.

Приклади із використанням прислівника 很 у не характерних для цієї частини мови функціях почали вживатися в різних сферах – починаючи від коментарів спортивно-розважальних подій і закінчуючи особистим життям індивідів. Наприклад, «寂寞兄很男人, 应该考虑参加个马拉松, 铁人三项啥的» // «Стівен Каммінгс дуже мужній, він має задуматися над тим, щоб узяти участь у марафоні, не кажучи вже про триатлон?» [24]; «很傻很天真, 为什么呢, 本来他们就没结婚, 就不应该住一个房间的呀!» // «Дуже нерозумна, дуже наївна, навіть ж було жити під одним дахом, якщо вони не одружені!» [25]; «最近很宅在家没事干» // «Останнім часом він проводить багато часу вдома, не маючи справ» [26].

Останнє речення унаочнює ще один випадок вживання прислівника в не характерній для нього функції – оформлення дієслова. Дане речення суперечить граматицичним нормам сучасної китайської мов, адже букв. значення виразу – «很宅在家» («дуже сидіти вдома»). Відповідно до норм китайської літературної мови, дане речення мало б таку структуру: 最近宅在家很长时间没事干 // «Останнім часом проводити багато часу вдома, не маючи справ», де «很宅在家» («дуже сидіти вдома») варто замінити на обставину часу «很长时间» («багато часу»), яка в реченні має вживатися після обставини місця «在家» («вдома»).



Цілком можливо, що прислівники, які мають ступінь порівняння в сучасній китайській мові, не забезпечують усіх потреб сучасної молодіжної китайської Інтернет-спільноти. Як наслідок, у мережі виникає ряд нових лексичних одиниць, що за своїми характеристиками різняться від традиційних прислівників китайської мови, які мають ступені порівняння. Головною особливістю нової групи лексичних одиниць на позначення ступеневих прислівників є їх гіперболізований характер. Цікаво, що більшість таких «новостворених» прислівників за своєю частиномовною належністю у результаті ідентифікуються як прикметники. Причому в розмовній мові ці прикметники дуже рідко вживаються для вираження ступеня. Так, традиційні прислівники 很 (дуже), 非常 (надзвичайно) поступово витісняються з ужитку такими лексемами: 狂 (божевільний, бурхливий, невпинний), 巨 (величезний), 超 (гіпер-, ультра-, над -, супер-) тощо.

Дискусійним наразі є питання визначення частиномовної належності ієрогліфа 超 в сучасній мові, який водночас може бути і дієсловом, і прикметником. Окрім означених функцій, 超 також використовується в науковій термінології як словотворчий формант, українськими відповідниками якого є префікси *ультра-*, *гіпер-*, *супер-*, *над-*, *транс* тощо. Наприклад, 超导体 – надпровідник, 超声波 – ультразвукові хвилі, 超个体 – суперорганізм, 超星系 – гіпергалактика. У мові Інтернет-молоді ієрогліф 超 є самостійною лексемою, що вживається у значенні прислівників ступеня 很 та 非常. Наприклад, 我超饿 (букв. «Я **супер**голодний»), 向我推荐一下超好的手机 (букв. «Запропонуй мені **гіпер**зручний у використанні телефон»). Як бачимо, в останніх реченнях ієрогліф 超 виконує функцію прислівника ступеня і вживається у препозиції щодо прикметника. Схематично це можна зобразити в такий спосіб: 超 + Adj. Наголосимо, дана схема може бути розширена до вигляду: 超 + Adj/V. Наприклад, 我超想在朋友圈秀晒炫 (букв. «Я **мега** хочу повихвалитися в колі друзів»), 我现在超想谈恋爱, 但是我没有喜欢的人 (букв. «Я зараз **мега** хочу романтичних відносин, проте в мене немає людини, яка мені подобається»).

Вираз 超一流 «першокласний» почав активно вживатися у 80-х р. XX ст під час серії японсько-тибетського турніру з шахів. Десять років потому вираз 超什么 («мати першість у чомусь») міцно закріпився у повсякденному узусі сучасної молоді [12].

Ієрогліф 巨 також часто вживається молоддю в Інтернет-просторі у значенні прислівника, що семантично тотожний лексемі 超, проте остан-

ній вживається не лише з позитивною, а й негативною конотацією. На відміну від першого, 巨 виражає сильніший за лексичним навантаженням ступінь. Наприклад, 我巨害怕呀! (букв. «Я **страшенно** боюсь/наляканий!»), 这部电影巨好, 强烈推荐! (букв. «Цей фільм **міцно** добрий, я наполегливо рекомендую його до перегляду!») При цьому наголосимо, зазначені тези стосуються лише мови молоді, а отже, не є актуальними щодо китайською літературної мови.

Ієрогліф 狂 виражає такий ступінь ознаки, міра якої дійшла божевільля, шаленості, яка перевищила граничний для людини ступінь контролю, тобто не підвладна людському контролю. У текстах повідомлень молоді спільноти 狂, як правило, знаходиться у препозиції щодо дієслова. Наприклад, 狂顶 (букв. «шалено підтримувати»): насправді ієрогліф 狂 не є службовим формантом, а вживається у функції самостійної частини мови – прислівника ступеню. У реченнях 两日狂走南京 та 狂走日本 вживання ієрогліфа має подібне значення до прислівника ступеню, проте семантику словосполучення 狂走 можна тлумачити по-різному: у першому випадку мається на увазі «бігти прожогом», а у другому – комбінація елементів ієрогліфів 狂走 дуже схожа до ієрогліфа 逛, значення якого «вештатися», «прогулюватися». Отже, орієнтуючись на другий варіант тлумачення, речення 两日狂走南京, 狂走日本 матимуть значення: «Вештатися по Нанкіну два дні» та «Вештатися по Японії» відповідно.

Головним завданням «Інтернетівських прислівників» є акцентуація ознаки підсилення ступеня, який може класифікуватися. Дослідник Інтернет-мови Д. Бін [29] пропонує таку класифікацію прислівників: нижчої категорії, середньої категорії, найвищої категорії та надлишкової категорії. Відтак, аналізовані нами у якості прикладів лексеми 超, 巨, 狂 можемо віднести до найвищої категорії прислівників.

**Висновки і пропозиції.** Результати проведеного нами дослідження підтверджують те, що утворення великої кількості нових лексичних одиниць розширює можливості молоді обирати найзручніший для них засіб передачі та обміну інформації в Інтернет-просторі. Усе це дозволяє зробити Інтернет-комунікацію швидшою та цікавішою. Проте очевидним є і той факт, що заміщення питомих елементів іноземними, копіювання моделей спілкування західного типу, вульгаризація традиційної семантики слів, надання лексемам нових функцій – усе це, із кожним неологізмом, все більше й більше деструктує усталені норми граматики китайської літературної мови.

## Список літератури:

1. Бондалетов В. Д. Социальная лингвистика / В. Д. Бондалетов. – М.: Просвещение, 1987. – 160 с.
2. Виноградова Н. В. Компьютерный сленг и литературный язык: проблемы конкуренции / Н. В. Виноградова // Исследования по славянским языкам. Корейская ассоциация славистов. – Сеул, 2001. – С. 61–72.
3. В Китае из-за обилия костей запретили Wrath of the Lich King. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2009/03/16/bones/>
4. Вульгаризованный желтый цвет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.kitaichina.com/se/txt/2012-06/04/content\\_457211.htm](http://www.kitaichina.com/se/txt/2012-06/04/content_457211.htm)
5. Грачев М. Арготизмы в молодежном жаргоне / М. Грачев // Русский язык в школе. – 1996. – № 1. – С. 78–75.
6. Доза А. История французского языка / А. Доза; пер. с фр. Е. Н. Шор. – М.: [б. изд.], 1956. – 470 с.
7. Дубкова А. В. Цвет в китайском языке и культуре / А. В. Дубкова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics4/dubkova-04.htm>

8. Зарождение и развитие словарей китайского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://chinese-russian.ru/publications/?publications=76>
9. Каченовский М. Т. Исторический взгляд на грамматику славянских наречий / М. Т. каченовский // Труды Общества любителей российской словесности при имп. Московском университете. – 1817. – Ч. 9, 1-я паг. – С. 17–46.
10. Китайская пейзажная лирика III–XIV вв. (Стихи, поэмы, романсы, арии) / Под общ. ред. В. И. Семанова; Сост. В. И. Семанова и Л. Е. Бежина. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. – 255 с.
11. Копыленко М. М. О семантической природе молодежного жаргона / М. М. Копыленко // Социально-лингвистические исследования. – М.: Наука, 1976. – С. 79–86.
12. Куприна Т. В. Карнавальность компьютерной неологизации русскоязычного словарного состава / Куприна Т. В., Поджуркова Н. // AUSPICIA: [A reviewed magazine for questions of social sciences]. – № 2. – VSERS, Czech Republic, 2007. – С. 48–51.
13. Литература древнего Востока. Иран, Индия, Китай (тексты) / Ю. М. Алихманова, В. Б. Никитина, Л. Е. Померанцева. – М.: Изд-во МГУ, 1984. – 352 с.
14. Макдэвид Р. И. Диалектные и социальные различия в городском обществе / Р. И. Макдэвид // Новое в лингвистике. – М., 1975. – Вып. 7. – С. 363–381.
15. Матвіяс І. Г. Українська мова та її говори / І. Г. Матвіяс. – К.: Наукова думка, 1990. – 168 с.
16. Мерзляков А. Ф. Рассуждение о российской словесности в нынешнем ее состоянии / А. Ф. Мерзляков // Труды Общества любителей российской словесности при имп. Московском университете. – 1812. – Ч. 1, 1-я паг. – С. 53–110.
17. Мокиенко В. М. Монографическое и лексикографическое исследование русского жаргона / В. М. Мокиенко // Russian Linguistics. – 1999. – № 23. – С. 67–85.
18. Свищук А. В. Классификация молодежного сленга в китайском языке / А. В. Свищук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/thesis/s052/s052-026.pdf>
19. Ставицька Л. Арг, жаргон, сленг. Соціально диференціація української мови / Л. Ставицька. – К.: Критика, 2005. – 464 с.
20. Строгонова Е. А. Сравнительный анализ словообразовательных моделей интернет-сленга в русском и китайском языках в контексте влияния социальной среды / Е. А. Строгонова // Вестник науки Сибири. – 2014. – № 2 (12). – С. 207–211.
21. Сыма Цянь. Исторические записки (Ши цзи). Т. 4. / Сыма Цянь // Пер. с кит. и коммент. Р. В. Вяткина и В. С. Таскина; под общ. ред. Р. В. Вяткина; Вступ. Ст. М. В. Крюкова. – М., 1986. – 440 с.
22. Тарасова Ю. Элементы міжкультурного впливу в лексиці молодіжного сленгу сучасної китайської мови / Ю. І. Тарасова // Сходознавство. – 2008. – № 43. – С. 137–140.
23. 北漂博客 [Electronic resource]. – Access mode: [http://blog.tianya.cn/blogger/post\\_show.asp?blogid=2221627&PostID=18487737](http://blog.tianya.cn/blogger/post_show.asp?blogid=2221627&PostID=18487737)
24. 天涯论坛, 情感天地 [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.tianya.cn/publicforum/content/feeling/1/1194770.shtml>
25. 天涯论坛, 时尚资讯: [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.tianya.cn/publicforum/content/no1/1/1717500.shtml#>
26. 山雷, 颐也博客 [Electronic resource]. – Access mode: [http://blog.tianya.cn/blogger/post\\_show.asp?blogid=2182444&PostID=1814378](http://blog.tianya.cn/blogger/post_show.asp?blogid=2182444&PostID=1814378)
27. 新华网 [Electronic resource]. – Access mode: [http://news.xinhuanet.com/newmedia/2008-02/24/content\\_7659980](http://news.xinhuanet.com/newmedia/2008-02/24/content_7659980)
28. 维基百科 [Electronic resource]. – Access mode: <https://zh.wikipedia.org/wiki/很黄很暴>
29. 张斌新编现代汉语 [M]. 上海: 上海复旦大学出版社. – 2002. – P. 133.

**Кравченко Д.А.**

Институт филологии

Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

## СЕМАНТИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КИТАЙСКИХ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫХ КОНСТАНТ И НАРУШЕНИЯ НОРМ КИТАЙСКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА В ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТАХ

### Аннотация

Статья посвящена исследованию особенностей семантической трансформации китайских лингвокультурных констант в Интернет-текстах. На многочисленных примерах автор доказывает, что так называемая «новая грамматическая форма» Интернет-сленга определила вектор трансформации традиционных грамматических правил китайского литературного языка. Проведенное исследование свидетельствует о том, что в связи с активизацией культурных, политических и экономических контактов Китая с другими странами традиционные лингвокультурологические константы тоже изменились. Все эти процессы ярко отражены в китайском Интернет-текстах. В результате постулируется идея о том, что замещение отдельных элементов иностранными, копирование моделей общения западного типа, вульгаризация традиционной семантики слов, предоставление лексемам новых функций – все это разрушает устоявшиеся нормы грамматики китайского литературного языка.

**Ключевые слова:** трансформация, китайскоязычные Интернет-тексты, Интернет-сленг, лингвокультурная константа, норма литературного языка, «новая грамматическая форма».

**Kravchenko O.O.**

Institute of Philology

Taras Shevchenko National University of Kyiv

## **SEMANTIC TRANSFORMATION OF CHINESE CULTURAL CONSTANTS AND VIOLATIONS OF STANDARTS OF CHINESE LITERARY LANGUAGE IN INTERNET-TEXTS**

### **Summary**

The article investigates the semantic features of transformation of Chinese cultural constants in the Internet-texts. Based on many examples, the author argues that the so-called «new grammatical form» of Internet-slang had identified the vector of transformation of traditional grammar rules of the Chinese language. The study postulates the thesis that intensification of cultural, political and economic contacts with other countries influences China's traditional linguistic and cultural constants, which had changed greatly. All these processes are clearly reflected in Chinese Internet-texts. As a result, it postulates the idea that the substitution of specific foreign elements, copy Western models of communication, vulgarization of traditional semantics of words, new features of lexemes – all these factors break the established rules of grammar of the Chinese language.

**Keywords:** transformation, Chinese Internet-texts, Internet-slang, cultural constant, standart of literary language, «new grammatical form».