

Глушкова Светлана Юрьевна, Нуриева Лилия Фаритовна

КИТАЙСКОЕ ОТНОШЕНИЕ К ДЕНЬГАМ И ЕГО ПРОЯВЛЕНИЕ В НЕОЛОГИЗМАХ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Статья посвящена анализу неологизмов современного китайского языка. В исследовании рассматривается возникновение и использование неологизмов, связанных с деньгами, на китайском языке, их культурные особенности и проявления китайской жизни в неологизмах. Также поднимается вопрос о том, как долго неологизмы остаются новым лексиконом. Данный вопрос рассматривается в опросе носителей языка, проведенном среди молодого населения. Из опроса следует, что неологизмы, существующие в языке более 5 лет, или проникают в китайский язык, или исчезают из обихода.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/8-2/25.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 8(74): в 2-х ч. Ч. 2. С. 92-95. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/8-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Список источников

1. **Белимов Э. И.** Кетский синтаксис. Ситуация. Пропозиция. Предложение. Новосибирск: НГУ, 1991. 164 с.
2. **Буренко Л. В.** Наиболее спорные вопросы кетского склонения // Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2010. № 10. С. 12-18.
3. **Буторин С. С.** Описание морфологической структуры финитной глагольной словоформы кетского языка с использованием методики порядкового членения: дисс. ... к. филол. н. Новосибирск, 1995. 197 с.
4. **Вайда Э.** Актантные спряжения в кетском языке // Вопросы языкознания. 2000. № 3. С. 21-41.
5. **Валл М. Н., Канакин И. А.** Категории имени в кетском языке. Новосибирск: Наука, 1985. 56 с.
6. **Валл М. Н., Канакин И. А.** Очерк фонологии и грамматики кетского языка. Новосибирск: Наука, 1990. 101 с.
7. **Вернер Г. К.** К типологической характеристике енисейских // Проблемы типологии и контрастивного описания языков. Новосибирск: Наука, 1984. С. 3-29.
8. **Вернер Г. К.** Коттский язык. Ростов н/Д: Издательство Ростовского университета, 1990. 410 с.
9. **Вернер Г. К.** О родовой дифференциации в падежных показателях современных енисейских языков // Склонение в палеоазиатских и самодийских языках. Л.: Наука, 1974. С. 211-219.
10. **Вернер Г. К.** Реликтовые признаки активного строя в кетском языке // Вопросы языкознания. 1974. № 1. С. 34-45.
11. **Дульзон А. П.** Кетский язык. Томск: Изд-во ТГУ, 1968. 636 с.
12. **Поленова Г. Т.** Происхождение грамматических категорий глагола (на материале енисейских языков). Таганрог: Изд-во Таганрогского государственного педагогического института, 2002. 202 с.
13. **Поленова Г. Т., Буренко Л. В.** Влияние мифологической картины мира енисейцев на их язык (к вопросу о происхождении категории падежа) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 10 (28). С. 133-138.
14. **Решетников К. Ю., Старостин Г. С.** Структура кетской глагольной словоформы // Кетский сборник. М.: Изд-во Восточной литературы, 1995. С. 3-122.
15. **Успенский Б. А.** Замечания по типологии кетского глагола // Вопросы структуры языка. М.: Наука, 1964. С. 144-156.
16. **Castrén M. A.** Versuch einer Ostiakischen Sprachlehre, nebst kurzem Wörterverzeichnis. St. Petersburg, 1858. 125 S.
17. **Comrie B.** Language universals and linguistic typology: syntax and morphology. Oxford – Chicago: Blackwell; University of Chicago Press, 1981.
18. **Vajda E.** Ket verb structure in typological perspective // Sprachtypologie und Universalienforschung 56.1/2. Berlin: Akademie Verlag, 2003. S. 55-92.
19. **Werner H.** Das Jugische (Sym-Ketische). Wiesbaden: Harrassowitz Verlag, 1997. 325 S.
20. **Werner H.** Die Ketische Sprache. Wiesbaden: Harrassowitz Verlag, 1997. 405 S.

SPECIFICITY OF NOUN DECLINATION SYSTEM IN THE YENISEIAN LANGUAGES

Burenko Lyudmila Vasil'evna, Ph. D. in Philology
 Southern Federal University, Taganrog
 lburenko@yandex.ru

The article provides a synchronous description of noun declination systems in the unwritten Yeniseian languages (Ket, Kott and Yugh), the only living representative of which is Ket language; the author's conclusions are illustrated by paradigmatic material represented in the charts. The paper shows the controversial nature of declination system status in the Yeniseian languages.

Key words and phrases: Yeniseian languages; Ket language; Kott language; Yugh language; noun declination system; case system; unwritten languages.

УДК 81,581; 395.7

Статья посвящена анализу неологизмов современного китайского языка. В исследовании рассматривается возникновение и использование неологизмов, связанных с деньгами, на китайском языке, их культурные особенности и проявления китайской жизни в неологизмах. Также поднимается вопрос о том, как долго неологизмы остаются новым лексиконом. Данный вопрос рассматривается в опросе носителей языка, проведенном среди молодого населения. Из опроса следует, что неологизмы, существующие в языке более 5 лет, или проникают в китайский язык, или исчезают из обихода.

Ключевые слова и фразы: синология; неологизмы; китайские неологизмы; деньги; культура; китайская культура.

Глушкова Светлана Юрьевна, к. филол. н.
Нуриева Лилия Фаритовна
 Казанский (Приволжский) федеральный университет
 svetaelina@gmail.com

КИТАЙСКОЕ ОТНОШЕНИЕ К ДЕНЬГАМ И ЕГО ПРОЯВЛЕНИЕ В НЕОЛОГИЗМАХ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

В последние десятилетия родилось и приобрело активное развитие лингвокультурологическое направление в лингвистических исследованиях. Так как язык не может существовать без личности, современное языкознание в центр исследований поставило человека и определение его места в культуре.

Указывается важная роль СМИ в развитии языкового материала. «Наша жизнь и речь находится под контролем и влиянием современных технологий и средств массовой информации, все больше зависит от массовой культуры» [6, с. 82]. Интернет, телевидение, журналы, газеты становятся законодателями языковых тенденций. Ян Цзяньго также отмечает, что «модные слова появляются из Интернет-сети, смс-сообщений, телевизионной рекламы, кино, популярных романов, сяньшэн (жанр традиционного китайского юмористического представления) и иностранной культуры» [5, с. 65]. СМИ и интернет являются на сегодняшний день основными источниками информации и развлечений, поэтому «создают благоприятные условия для распространения модных языковых единиц» [8, с. 135].

Наше исследование посвящено неологизмам китайского языка, относящимся к деньгам и материальному достатку. Целью нашего исследования мы определили выявление неологизмов, связанных с материальным достатком, в китайском языке и скорости освоения их языком, существования границ времени, по которым можно четко судить, перестал ли неологизм быть неологизмом. Исходя из цели исследования, были поставлены следующие задачи: выявить неологизмы с 2007 года, связанные с материальным достатком, в китайском языке, проанализировать их происхождение, причины и время появления, провести опрос респондентов по тематике исследования.

Мы рассматриваем культурные особенности китайцев, реалии современности через лингвистическое их проявление. Источниками послужили словари неологизмов в период с 2005 года. Также был проведен опрос китайской молодежи для выявления скорости «усвоения» неологизмов, связанных с деньгами, китайским языком. Для опроса были выбраны студенты – и девушки, и юноши – не старше 30 лет, так как молодые люди больше всего подвержены влиянию интернета и современных технологий. Молодой человек всегда быстрее адаптирует к своей речи новые слова, таким образом приспосабливаясь к окружающей среде. Многие ученые уже писали, что к определению неологизмов есть несколько подходов. Мы хотели бы уточнить, что для нас неологизм – это и старое слово, приобретающее новую смысловую нагрузку, и совершенно новые слова, не существовавшие ранее. В русской и китайской лингвистике данное определение звучит следующим образом: к неологизмам можно отнести как «слова, впервые образованные или заимствованные из других языков, так и слова, известные в языке и ранее, но употреблявшиеся ограниченно, за пределами литературного языка, или ушедшие на какое-то время из активного употребления, а сейчас ставшие широко употребительными, а также производные слова, которые как бы существовали в языке потенциально и были образованы от давно образовавшихся слов по известным моделям лишь в последние годы» [13, с. 7].

В нашей работе мы использовали следующее определение: неологизмы – это (1) собственно новые слова; (2) уже имеющиеся в языке слова, получившие новые смысл; (3) устаревшие лексические единицы, перешедшие из пассивного состояния в активное употребление.

Из-за экономического роста традиционные китайские ценности подверглись встряске, и новые лексические единицы были созданы для описания свежего отношения к материальным ценностям.

Можно с уверенностью сказать, что ваше отношение к деньгам – это часть культуры. В России, например, в XIX веке было понятие «кулак» – действительно зажиточный крестьянин, но слово существовало с оттенком негатива. Так в основном называли людей, которые перекупали и перепродавали и преимущественно жили «обманом», а, точнее, рыночная торговля, завышение цен и перепродажа считались в то время обманом. После 1917 года слово немного поменяло значение и стало обозначать зажиточный средний класс людей-эксплуататоров. Однако это слово не используется в современном языке, хотя явление зажиточных перекупщиков и эксплуататоров присутствует. В Китае до 1949 года неологизмы отражали реалии городской и деревенской жизни того времени, противостояния КПК и Гоминьдана. Образование Китайской Народной Республики вывело на передний план вопросы экономического и политического развития, что не могло не найти своего отражения в языке.

В китайском языке в 2013 году в словаре зафиксировали слово 土豪 tǔháo – *нувориш (состоятельный, но малокультурный человек)* [10]. Данное слово также ранее имело значение *местный богач, местный влиятельный человек, местный тиран*, но оно устарело. И лишь в 2013 году слово получило новое значение. Данный неологизм стал очень популярен, так как из-за экономических преобразований в Китае появились люди, которые смогли заработать состояние, при этом не имея образования и культуры. Они могут одеваться в брендовые вещи новой коллекции, но вести себя совершенно бескультурно. В руках у них последние модели гаджетов, и они кидаются деньгами, так как никогда до этого у них их не было.

В 2005 году, когда начался активный рост цен на бензин и 99% населения не могли выплатить кредит на машину, вошел в обиход новый неологизм 车奴 chēnú – *раб машины (тот, кто тратит слишком много сил, времени или денег на покупку или содержание машины)* [5; 9]. В 2006 году ситуация только ухудшилась, хотя правительством и предпринимались меры по разработке различных программ. В это же время происходил активный рост цен на жилье. В Китае, особенно в столице, цены на жилье всегда были очень высокими, но неразбериха с ценами на нефть заставила их стать еще больше. Все эти явления спровоцировали определенную национальную позицию, которая сформировалась в неологизмах 房奴 fángnú – *рабы квартиры (люди, которые купили квартиру в кредит и теперь тратят почти весь заработок на выплату кредита)* и 卡奴 kǎnú – *раб кредитной карты, человек, который не может погасить задолженности по своей кредитной карте* [Там же]. Людям приходилось, да и приходится, четко планировать свой бюджет, урезая деньги из всех других сфер своей жизни, чтобы оплатить квартиру, долг по кредитной карте. Данные неологизмы были зафиксированы в словаре в 2007 году, и можно отметить, что появился целый класс населения «финансовых рабов».

Много раз уже отмечалось, что суффикс 族 *zú* достаточно продуктивен в процессе формирования неологизмов. Не стала исключением и сфера материального благополучия. 月光族 *yuèguāngzú* – *те, кто живут от зарплаты до зарплаты* [Там же]. Если по иероглифу рассмотреть неологизм, то 月 – *месяц*, 光 – *голый, нагой; наголо, нагишом; дочиста, без остатка*, 族 – *род, клан; фамилия; одного рода (клана); родовой* [4; 9]. Игра слов передает отношение китайцев к сложившейся ситуации. Образовался целый слой населения, живущего от зарплаты до зарплаты.

С 1986 года начался рост безработицы в Китае, но параллельно фиксировался технический прогресс. К 1995 году безработица выросла практически в 7 раз, несмотря на то, что 1995 год анонсировался как год экономического и социального развития. Все эти события также способствовали усилению продуцирования неологизмов в китайском языке.

Еще один неологизм, который ярко описывает реалии своего времени – это 啃老族 *kěnlǎozú* – *живущие за счет родителей; поколение ни-ни (не работают и не учатся)*. 啃 – *грызть; жевать*, 老 – *старый, престарелый; пожилой; дряхлый*, 族 – *род, клан; фамилия; одного рода (клана); родовой* [4; 12]. Так называют людей, которые в свои 25-40 лет живут за счет своих родителей, не работают, и фактически все покупается и оплачивается родителями.

Мы проследили взаимосвязь появления неологизмов с историческими событиями страны. Но также можно сказать, что не все неологизмы, которые появляются в языке, «живут» очень долго. Некоторые слова могут исчезать, некоторые могут быстро устаревать и не использоваться, а другие активно входят в язык и по праву занимают свое место.

Как мы писали выше, был проведен опрос китайской молодежи в количестве 100 человек. Возраст от 20-30 лет, опрошенные были обоих полов в равном соотношении. Большинство опрошенных были студентами, и лишь 10% из них были работающими молодыми людьми в области менеджмента. Мы считаем, что профессиональная принадлежность респондентов не столь важна в нашем исследовании, так как материальное благополучие волнует каждого человека, вне зависимости от рода его деятельности, и, следовательно, слова, связанные с деньгами, употребляются повсеместно и часто. Молодые люди – активные пользователи интернета, поэтому все нововведения узнаются ими в первую очередь. Именно молодое поколение развивает язык, обогащая его новыми словами или поддерживая существующие неологизмы. Мы составили список зафиксированных словарем неологизмов, которые рассматривали выше. Вопросы, задаваемые опрашиваемым, были следующие: 1) считаете ли вы данное слово новым и недавно вошедшим в китайский язык? (Утратился ли стилистический оттенок новизны данных слов?); 2) часто ли вы используете и слышите данные неологизмы? Мы их называем неологизмами, но, как показывает опрос, многие из них уже прочно заняли свое место в китайском языке. В наш опрос также входило еще несколько вопросов, о которых мы хотели бы написать в следующей статье, так как их тематика раскрывает еще один важный аспект неологизмов.

Было опрошено 100 респондентов, и мы получили следующие результаты. Хотелось бы отметить, что 100 человек для всего населения Китая – небольшая цифра, чтобы делать глобальные выводы, но, однако, так как мы говорим о коллективистском обществе, данное число хорошо репрезентирует современную ситуацию, и мы можем подвести итоги исследования. Результаты мы хотели бы представить в таблице в процентном соотношении.

Неологизм	Первый вопрос		Второй вопрос	
	новый	старый	часто	нечасто
土豪 <i>tǔháo</i> – <i>нувориши</i>	96%	4%	60%	40%
月光族 <i>yuèguāngzú</i> – <i>те, кто живут от зарплаты до зарплаты</i>	10%	90%	97%	3%
啃老族 啃老族 <i>kěnlǎozú</i> – <i>живущие за счет родителей; поколение ни-ни</i>	0	100%	99%	1%
房奴 <i>fāngnú</i> – <i>рабы квартиры</i>	1%	99%	98%	2%
卡奴 <i>kǎnú</i> – <i>раб кредитной карты (дословно)</i>	2%	98%	60%	40%
车奴 <i>chēnú</i> – <i>раб машины</i>	2%	98%	99%	1%

Из результатов опроса видно, что неологизмы, связанные с материальным благополучием, достаточно активно используются в повседневной жизни. Уникальное отношение китайцев к деньгам прослеживается в неологизмах в последние 20 лет. Люди сразу реагируют на происходящее в их стране, высмеивая или не одобряя, создаются целые пласты лексики, по которым можно определить социальные настроения. Более редкое употребление слова 卡奴 kǎnú – *раб кредитной карты (дословно)* [4; 11] скорее свидетельствует о том, что кредитные карты не так сильно вошли в повседневную жизнь китайцев. И молодежь достаточно часто тратит наличные средства.

Респонденты отметили, что неологизм 土豪 tūháo – *нуборши* сравнительно новый. К тому же, оставляя комментарии, большинство респондентов (72%) отметили, что все остальные слова они даже не могут назвать неологизмами, так как они прочно закрепились и используются в речи и утратили свою стилистическую окраску новизны.

Исходя из целей и задач, поставленных в нашем исследовании, мы пришли к следующим выводам. Причины возникновения неологизмов, связанных с деньгами, в основном несут экономический и политический характер. Для китайцев деньги играют очень важную роль в жизни. Любое событие страны, связанное с материальным достатком, незамедлительно находит отражение в языке. За последние 10 лет в китайском языке появились неологизмы с ироничным отношением к материальному достатку и отсутствию денег. Нация иронизирует над наличием и отсутствием денег, активно создавая слова для более экспрессивной передачи эмоций, связанных с событиями в стране. Исходя из данных, полученных в ходе опроса, можно предположить, что неологизмы, существующие больше 5 лет, если не устарели или не вышли из словарного запаса языка, то «входят» в словарный состав языка и утрачивают особый оттенок «свежести» и новизны. В нашем случае 土豪 tūháo – *нуборши* [4; 10] все еще остается неологизмом и несет оттенок новизны. Конечно, глобально судить о временных границах существования неологизмов, основываясь только на нашем опросе, было бы неправильно, но, по нашему мнению, результаты опроса все же отражает общую тенденцию. Так как слова, связанные с материальным достатком, активно используются в повседневной жизни в Китае.

Список источников

1. Власова О. А. Источники модных неологизмов в современном китайском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 10 (40): в 3-х ч. Ч. 2. С. 40-43.
2. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 352 с.
3. Котелова Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов // Новые слова и словари новых слов. Л.: Наука, Ленинградское отделение, 1978. С. 5-26.
4. Русско-китайский, китайско-русский словарь БКРС [Электронный ресурс]. URL: <https://bkrs.info/slovo.php> (дата обращения: 10.03.2016).
5. Семенов А. Л., Бузова В. Г. Китайско-русском словарь новых слов и выражений М.: Восточная книга, 2008. 736 с.
6. Yan Yanmin. Liuxingyu yu wenhuaiaiyuan // Shangqiu zhiye jishuxueyuan xuebao. 2009. Vol. 8. № 1. С. 80-82.
7. Yang Jianguo. Liuxingyu de yuanyuan yanjiu ji kexue rending // Yuyanjiexue yu yanjiu. 2004. № 6. С. 63-70.
8. Zhang Ying. Ma Lianxiang. Liuxingyu luelun // Xueshu Jiaoliu. 2003. Serial № 116. № 11. С. 134-136.
9. 亢世勇, 刘海润 现代汉语新词语词典. 上海: 上海辞书出版社, 2016. 504页. (Кан Ши Юн, Лю Хай Жун. Современный китайский словарь новых слов. Шанхай: Шанхайское издательство словарей, 2016. 504 с.)
10. 汉语新词语 侯敏, 邹煜主编. 北京: 商务印书馆出版, 2013. 25 页. (Хоу Мин. Китайские новые слова / глав. ред. Ю. Цзоу. Пекин: Commercial Press, 2013. 25 с.)
11. 汉语新词语 侯敏, 邹煜主编. 北京: 商务印书馆出版, 2014. 172 页. (Хоу Мин. Китайские новые слова / глав. ред. Ю. Цзоу. Пекин: Commercial Press, 2014. 172 с.)
12. 汉语新词语 侯敏, 邹煜主编. 北京: 商务印书馆出版, 2015. 178 页. (Хоу Мин. Китайские новые слова / глав. ред. Ю. Цзоу. Пекин: Commercial Press, 2015. 178 с.)
13. 姚汉铭. 新词语, 社会, 文化. 上海: 上海辞书出版社, 1998. 228 页. (Яо Ханминг. Новые социальные, культурные слова. Шанхай: Шанхайское издательство словарей, 1998. 228 с.)

CHINESE ATTITUDE TOWARDS MONEY AND ITS MANIFESTATION IN THE CHINESE NEOLOGISMS

Glushkova Svetlana Yur'evna, Ph. D. in Philology

Nurieva Liliya Faritovna

Kazan (Volga region) Federal University

svetaelina@gmail.com

The article is devoted to analyzing modern Chinese neologisms. The paper examines the origin and usage of Chinese neologisms associated with money, their cultural peculiarities and manifestations of Chinese life in the neologisms. The authors try to answer the question: for what time period neologisms remain to be new vocabulary. This problem is considered in the survey of native Chinese speakers conducted among young people. The survey results testify that neologisms which function in the language over 5 years either penetrate the Chinese or disappear from everyday speech.

Key words and phrases: sinology; neologisms; Chinese neologisms; money; culture; Chinese culture.