

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СХІДНОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ

Кафедра китайської філології

Курсова робота з китайської філології

на тему:

**ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНШОМОВНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ В
СУЧАСНОМУ КИТАЙСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ**

Студентки групи Пкит 10-19

факультету східної і слов'янської філології

денної форми здобуття освіти

Освітньої програми:

Китайська мова і література та переклад,

західноєвропейська мова

Спеціальності 035 Філологія

Спеціалізації 035.065 Східні мови та літератури

(переклад включно),

перша – китайська

Гарашенко Вікторії Віталіївни

Науковий керівник:

к. філос. н., доц. Беля В. В.

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ЗАПОЗИЧЕНА ЛЕКСИКА ЯК ОБ'ЄКТ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	6
1.1. Поняття іншомовного запозичення та класифікація запозичень.....	6
1.2. Джерела іншомовних запозичень у китайській мові.....	11
Висновки до Розділу 1	16
РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНШОМОВНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ В СУЧАСНОМУ КИТАЙСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРИ	17
2.1. Фонетичні запозичення в китайському медіапросторі.....	17
2.2. Семантичні запозичення в китайському медіапросторі.....	24
2.3. Фонетико-семантичні та змішані запозичення.....	28
Висновки до Розділу 2	30
ВИСНОВКИ	31
摘要	
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	34

ВСТУП

Актуальність роботи зумовлена дослідженням запозиченої лексики у китайській мові із інших мов, оскільки в епоху інформаційного розвитку та лінгвокультурологічних зв'язків між країнами запозичення є досить поширеним явищем у будь-якій мові.

Китайська мова, будучи однією з найпоширеніших за кількістю носіїв у світі, у міру розвитку науки, техніки та суспільства в цілому, піддається змінам, найбільш суттєві з яких відбуваються у її лексичному складі. Найбільш яскравим підтвердженням динамічного характеру мови служить її здатність збагачувати свій словниковий склад новими лексичними одиницями.

Крім того, що деякі слова та конструкції поступово виходять з ужитку, спостерігається також і поява нових одиниць мови, деякі з яких починають активно використовуватися носіями мови у різних сферах діяльності.

Більшість сучасних запозичень прийшли (і приходять) до китайської мови, перш за все, з англійської мови, особливо у її американському варіант. Ці слова різноманітні за своєю семантикою та відносяться до політики, економіки, фінансів, комп'ютерної техніки, комерційної та багатьох інших областей.

На сьогодні існує також розроблена вченими-лінгвістами типологія запозичень китайської мови відповідно до їх мовної та структурної специфіки. Найбільш вживаною є типологія, відповідно до якої в китайській мові присутні фонетичні, семантичні, фонетико-семантичні запозичення, а також вторинні запозичення, буквенні вкраплення та самозапозичення.

Об'єктом дослідження є іншомовні запозичення в сучасному китайському медіапросторі.

Предметом дослідження є функціональні особливості іншомовних запозичень в сучасному китайському медіапросторі.

Мета курсової роботи полягає у визначенні функціональних особливостей іншомовних запозичень в сучасному китайському медіапросторі.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

- дослідити поняття іншомовних запозичень та здійснити класифікацію запозичень;
- проаналізувати джерела запозичень у китайській мові;
- охарактеризувати особливості фонетичних запозичень в сучасному китайському медіапросторі;
- проаналізувати особливості семантичних запозичень в сучасному китайському медіапросторі;
- описати фонетико-семантичні та змішані запозичення в сучасному китайському медіапросторі.

Методи дослідження. У роботі використано такі загальнонаукові методи, як описовий метод і метод спостереження, за допомогою яких виявлено специфіку та особливості запозичень в китайській мові, методи аналізу і синтезу уможливили систематизацію й узагальнення зібраного матеріалу.

Серед спеціальних лінгвістичних методів залучено метод контекстуально-інтерпретаційного аналізу для визначення функційного навантаження засобів реалізації цілей в китайському медіапросторі; компонентний аналіз використано для опису лексичної семантики аналізованих одиниць.

Матеріалом дослідження є іншомовні запозичення в китайському медіапросторі.

Наукова новизна курсової роботи полягає у виявленні використання іншомовних запозичень в китайському медіапросторі.

Практичне значення іншомовних запозичень полягає в тому, що вони допомагають висловлювати складні ідеї та поняття, які можуть бути важкими для вираження за допомогою стандартної китайської лексики. Запозичення також дозволяють ввести нові концепції та поняття, які раніше не існували в китайській культурі.

Структура та обсяг роботи: відповідає поставленій меті та завданням дослідження. Вона складається зі вступу, 2 розділів, що поділяються на підрозділи,

висновків, списку використаних джерел та літератури (38 найменувань). Загальний обсяг курсової роботи становить 38 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ЗАПОЗИЧЕНА ЛЕКСИКА ЯК ОБ'ЄКТ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Поняття іншомовного запозичення та класифікація запозичень

Термін «запозичення» вживають у мовознавчій літературі в двох значеннях. У зв'язку з теорією мовних контактів, взаємодії мовних систем, запозиченням називають один зі шляхів збагачення словникового складу мови.

Він позначає також процес входження й адаптації запозиченої лексеми і результат цього процесу – запозичене слово, лексему. Також слова, складені з елементів запозичених з різних мов або елементів, частково запозичених та частково споконвічних слів називають гібридами (beautiful – фр. корінь + англ. суфікс).

Зазвичай запозичуються слова, а рідше – синтаксичні та фразеологічні вирази. Запозичення окремих звуків та словотворчих морфем (суфіксів, префіксів, коренів) відбувається у процесі їхнього вторинного виділення з більшої кількості запозичених слів.

У кінці XIX – на початку XX ст. деякі дослідники аналізуючи словниковий склад мови, походження слів, говорили про ті чи інші запозичення, розглядаючи вже з наукового погляду питання потреби в іншомовних запозиченнях [6].

Поряд із питанням чистоти мови, яке знайшло відображення практично в усіх роботах учених кінця XIX – початку XX століття як реакція на надмірне захоплення суспільства іншомовними словами, починає формуватися загальна теорія запозичення.

Існує ряд причин виникнення нових слів: поява нових понять, прагнення до вдосконалення мови і до економії мовних зусиль, зміна суспільної свідомості та інші.

Можна виділити зовнішні і внутрішні фактори, що вплив на формування слів. До зовнішніх факторів нами були виділені рівень розвитку суспільства, поява нових реалій, збільшення темпу життя, а також його глобалізація, розвиток засобів масової комунікації та далі [3, с. 44].

До основних внутрішніх факторів були віднесені словотвір, закон аналогії, закон економії, закон диференціації, а також устремління до експресії.

Різні джерела пропонують різноманітні поняття і опису неологізму. Зупинимося на одному з них. Отже, неологізм – це слово, значення слова або словосполучення, що недавно з'явився в мові (новостворене, була відсутня раніше)

Новизну і незвичність такого слова, поєднання слів або обороту мови в достатній мірі відчувають носії цієї мови. Цей термін застосовується в історії мови, щоб описати поповнення словникового складу в конкретні історичні періоди - так, ми можемо говорити про неологізми петровського часу, неологізми окремих діячів культури, тобто авторських неологізми, неологізми часів Великої Вітчизняної війни і так далі.

За основу типології неологізмів були взяті такі основні критерії:

- за формою слова (лексичні, семантичні);
- за способом номінації (новостворені слова, що увійшли в літературну мову як готові одиниці);
- за ступенем новизни (сильні чи абсолютні неологізми, функціональні або відносні неологізми);
- по відношенню до мови (узуальні, неузуальні неологізми) [7, с. 309]

Виходячи з того, що кожен носій мови є також і носієм культури, мовні знаки отримують здатність виконувати функцію знаків культури. Спосіб мислення народу визначається приналежністю до конкретної культури, відповідно, в кожній культурі присутні національно-специфічні культурні значення, які зафіксовані в мові, в правилах поведінки, нормах, традиціях і звичаях.

При дослідженні національного характеру, вчені-лінгвісти виділяють, перш за все, важливість лексики. Будучи національно-специфічними, неологізми через свій простір реалізують ті категорії, якими мислять представники того чи іншого народу, і ті кордони, в які вони поставлені з метою сприйняття і аналізу навколишньої дійсності.

Лексичний склад мови безпосередньо пов'язаний з культурою, історією, традиціями, а також життям народу-носія. Будь-які зміни в суспільстві миттєво знаходять відображення в словниковому складі його мови.

У пласті лексики відбуваються зміни різного плану:

- багато слів застарівають, з часом виходять з ужитку і, як наслідок, зникають повністю, або можуть залишатися в слововживанні, виступаючи в якості історизмів і архаїзмів;
- з'являються нові слова, які або заповнюють так звані лакуни, тобто прогалини в словниковому складі, або витісняють інші, вже існуючі слова. У разі повного прийняття мовною спільністю, нові слова стають повноцінними елементами словника. Але все ж, багато з них можуть вийти з ужитку. Такі слова називаються «метеорами»;
- значення деяких слів піддаються впливу семантичних змін. За допомогою метафоричного переосмислення поряд з уже наявними значеннями, у слова з'являються нові, що розширюють його семантичну структуру.

Відповідно до нових потреб комунікації та номінації, словниковий запас мови постійно поповнюється новими словами. Рушійною силою розвитку і вдосконалення лексики є протиріччя між її можливостями в даний момент часу і прагненням людей висловити свої думки і почуття більш адекватно, більш точно і стилістично та різноманітно.

Запозичення пристосовуються до системи цільової мови, а іноді настільки нею засвоюються, що іншомовне походження таких слів не відчувається носіями мови та виявляється лише за допомогою етимологічного аналізу. Це стосується, наприклад, таких запозичень з класичних мов (латинізмів та грецизмів) як *абрикоса, лаванда, деревій*.

На відміну від таких повністю засвоєних запозичень, так звані іноземні слова зберігають сліди свого іншомовного походження у вигляді звукових, орфографічних, граматичних та семантичних особливостей. Іноземні слова зазвичай

відносяться до спеціальних галузей знань або виробництва (наприклад, флористика – розділ ботаніки, що вивчає та систематизує опис усіх видів рослин) [5, с. 56].

Іноді вони позначають властиві чужим народам чи країнам поняття (етнографізми, регіоналізми, екзотизми) – наприклад, камамбер – сорт французького сиру. Такі слова тлумачаться словниками іншомовних слів або включаються до звичайних тлумачних словників.

За В. М. Аристовою термін «запозичення» є родовим поняттям стосовно термінів «іншомовне слово» та «засвоєне слово», які перебувають на тому чи іншому ступені адаптації до мови-реципієнта [1, с. 34].

Іншомовними прийнято вважати запозичені слова, фонетично та граматично оформлені за зразком чужої мови (транслітерованій запис, невідмінюваність). Ті з них, що проходять шлях пристосування до мови-реципієнта, змінюючи звукове оформлення, стаючи відмінюваними внаслідок появи флексій, виявляючи словотвірну активність і навіть утворюючи нові лексико-семантичні варіанти, стають повністю засвоєними мовою.

Деякі іншомовні за походженням слова займають проміжне положення між іншомовними словами та повністю засвоєними запозиченнями. Спочатку запозиченні слова чужої мови можуть використовуватись в текстах цільової мови в якості іншомовних краплень, зберігаючи свою іншомовну структуру, а якщо вони (зазвичай як прояв моди) починають більш чи менш регулярно використовуватись, тому їх називають варваризмами.

Оскільки запозичення є результатом тривалої історичної взаємодії мов та їхнього змішування, то запозичення займають значне місце у лексиці багатьох мов. Підсилена взаємодія мов при зростаючій ролі культурних та економічних зв'язків між народами та країнами, а також при глобалізації, призводить до виникнення певного прошарку запозичень, що йменуються інтернаціональними словами (інтернаціоналізмами) [5, с. 57].

В українській мові прикладами таких слів є комітет, проект, інфляція та інші. У європейських мовах основний фонд інтернаціоналізмів складають слова,

запозичені з грецької та латинської мов, на Близькому та Середньому Сході – слова з арабської та перської мов, на Далекому Сході – слова з китайської мови. Інтернаціональні слова часто відносяться до спеціальної термінології різних галузей знань, техніки та міжнародних відносин.

Так, в китайській мові запозичення з інших мов можна поділити на чотири різновиди. Фонетичні запозичення (音译 yīnyì) – передача звукової оболонки слова іншомовного походження. У цьому випадку, ієрогліф не має семантичного навантаження, лише фонетичне, на-приклад, слово «democracy», перекладається як «德漠克拉西 démòkèlāxī демократія».

Семантичні запозичення (意译 yìyì) – збереження морфологічної структури мови запозичення та внутрішньої форми, здійснюється дослівний переклад, наприклад «supermarket» перекладається як «超市 chāoshì супермаркет».

До групи фонетико-семантичних запозичень (音译加意译 yīnyì jiā yìyì) відносяться такі запозичення, при фонетичній передачі яких додається буквальний переклад частини запозиченого слова, наприклад «jazz» перекладається як «爵士乐 juéshìyuè джазова музика»; або частина слова має фонетичний характер, частина – семантичний, наприклад Wall street перекладається як «华尔街 Huáěrjiē Уолстріт».

Змішані запозичення (音译、意译共存 yīnyì, yìyì gòngcún) – запозичені слова поділяються на фонетичні та семантичні; багато слів, з'явившись, існують у двох формах, а через тривале використання закріплюються в мові, більше того, семантичні запозичення витісняють фонетичні.

Наприклад, «telephone» спочатку перекладали «德律风 délǜfēng», а потім з'являється слово «电话 diànhuà електронна розмова». Деякі фонетичні запозичення залишаються у повсякденному вжитку. Наприклад, «logic логіка», спочатку перекладалося дослівно 伦理 lúnlǐ або 名学 míngxué, проте найуживанішим фонетичним запозиченням стало слово 逻辑 luójí.

Запозичені слова призвели до появи різноманітних синонімів. У китайській мові кількість синонімів – незначна, проте з появою запозичених слів, пропорція синонімічних форм явно зростає.

Також потрібно зазначити, що крім цих способів можна також виділити перехідний етап адаптації від аббревіативного запозичення до семантичного та адаптація графічної системи знаків. Синологи, які займались вивченням питання запозичення іншомовної лексики в китайську мову, розглядаючи питання вторинних запозичень, згадували про явище так званого «непрямого» запозичення.

Непряме запозичення – запозичення мовою–реципієнтом лексики через мову посередника [7, с. 172]. Прикладом процесу непрямого запозичення дослідниками виступала Японія

1.2. Джерела іншомовних запозичень у китайській мові

Запозичена лексика обумовлена цілим комплексом причин, серед яких є мовні, психологічні, соціальні, логічні і т.д. Якщо їх розглядати з точки зору обумовленості мовних змін внутрішніми закономірностями розвитку мови і різними зовнішніми факторами, то всі ці причини, на думку Л. П. Крисіна, можна поділити на зовнішні, немовні (екстралінгвістичні) та внутрішні, власне мовні (інтралінгвістичні).

Основними причинами появи запозичень в китайській мові є екстралінгвальні (історичні, суспільно-політичні, економічні, культурні, соціально-психологічні) та лінгвальні. Поява нових слів здійснюється різними шляхами: через пряме і непряме запозичення або ж створення нових лексичних одиниць на базі ресурсів китайської мови. Можна виділити дві головні причини появи іншомовних запозичень у китайській мові. Перша – це необхідність вираження нових значень.

Друга – потреба в оновленні лексичної системи, заміни старих лексичних одиниць, що втратили свою виразність, на нові, виразніші. Головна мета запозичення іноземних слів полягає в поповненні словарного складу словами, що позначають нове поняття, новий предмет. Наприклад: 維生素 вітамін; 注射器

шприц; 爱滋病 синдром набутого імунодефіциту (СНІД), який також часто пишуть як 艾滋病.

Іншомовні слова прийшли в китайську мову в різний час і пов'язані з певними подіями. Наприклад, запозичення із санскриту прийшли до китайської мови під час появи буддизму; в епоху «опіумних» війн до Китаю проникло велика кількість західних іншомовних слів; значна кількість японських слів прийшла в період китайсько-японської війни.

Проведення «політики реформ і відкритості зовнішнього світу», проведеної Ден Сяопіном в 1979 р., призвела до необхідності запозичення міжнародну термінологію. Багато слів в китайській мові, незважаючи на той факт, що спочатку вони були запозичені з іншої мови, прижилися в китайській мові і стали її невід'ємною частиною японська та санскрит.

З часів династії Східна Хань китайська мова увібрала в себе велику кількість запозичених слів з буддійських писань, збагативши систему китайської мови. Такі як: 刹那(момент, вимовляється як Шаньа, санскр. ksana). Є схожі: 菩薩 (Бодхисаттва, вимовляється як Пуса), 罗汉 (Архат, вимовляється як Лохань), 阎罗 (Яма, вимовляється як Яньло).

Крім того, багато часто використовуються ідіоми в китайській мові також походять з буддизму, наприклад: 昙花一现 (мімолітний, вимовляється як Таньхуаісянь), 现身说法 (Метафора використовує власний досвід і зустрічі як приклади для пояснення або переконання людей).

Наприкінці правління династії Мін та початку правління династії Цин Китай мав часті контакти зі Сходом та Заходом. Зовнішні контакти в цей період були дуже позитивними, і з'явилися деякі позитивні запозичення, такі як 逻辑 (логіка), 几何 (геометрія), 西方医学 (західна медицина) і так далі. Але після того, як у 1840 році почалася Опіумна війна.

Запозичення, введені в цей період, охоплювали широкий діапазон, включаючи політику, військову справу, культуру, повсякденне життя, математику, астрономію,

географію, хімію, фізику та інші аспекти. Такі як 阿司麻林 (аспірин), 布丁 (пудинг), 沙龙 (салон), 啤酒 (пиво), 咖啡 (кава), 三明治 (сендвіч), 马达 (мотор), 马拉松 (марафон), 高尔夫 (гольф), 奥林麻克 (Олімпійські ігри), 革命 (революція), 同志 (товариші), 制约 (обмеження) і так далі.

У цей період з'явилася не тільки велика кількість запозичених слів з англійської, але і велика кількість слів, запозичених з японської.

Через Шовковий шлях китайський шовк і залізо було введено в Західні регіони. Вожді західних регіонів також відправляли емісарів до Чаньань з подарунками. Назви цих нових речей із західних регіонів були потім введені в давній Китай і в давню китайську мову. У той час кількість і типи запозичених слів були найбагатшими в історії древніх китайців 茉莉 (жасмин), 葡萄 (виноград), 玛瑙 (агат), 胭脂 (рум'яна) та ін.

Після 3-го пленуму ЦК 11-го скликання у грудні 1978 р. Китай перейшов до реформ та відкритості. З проведенням реформи та відкритістю, особливо після вступу Китаю до СОТ, обміни між Китаєм та іншими країнами в галузі торгівлі, технологій та культури різко збільшилися. З притоком іноземної економіки та культури, мова як носій культури була також введена в Китаї у формі запозичення слів.

Після реформи та відкритості Китай не тільки став економічно відкритий, але також був дуже відкритий для сприйняття та використання нових речей і нових концепцій, і його масштаби дуже великі, включаючи не тільки економіку, політику, торгівлю, науку, технології, культура, повсякденне життя, а також освіта, медицина, розваги, спорт тощо.

Більше того, форма запозичених слів має не тільки знайому форму китайських ієрогліфів, а й велику кількість літерних слів, в основному з англійської мови. Такі як: 软着陆 (м'яка земля, вимовляється як Жуаньчжелу, англ. soft land), 洗钱 (відмивання грошей, вимовляється як Сицянь, англ. moneylaundering), 洗脑 (промивання мізків, вимовляється як Сінао, англ. brain).

Саме тому, на думку Лі Сяндуну, історія розвитку китайської мови мало місце кілька хвиль лексичного запозичення [3]:

- історичні епохи династій Цинь, Хань, Тан;
- друга половина XIX ст. і перша половина XX ст.;
- період з 80-х рр. XX ст. по теперішній час.

В умовах глобалізації в китайській мові з'явилася величезна кількість запозичень. Ці слова відображають новий вигляд соціальної, політичної, економічної та інших областей науки і техніки. На зіткненні розвитку глобалізації та цінностей культури Китаю й Заходу, проблемами нашої епохи стає те, як поставитися до глобалізації культури та її адаптації та яким чином скерувати розвиток культури.

Кожна культура є продуктом історії певного суспільства, тому в процесі взаємодії вони повинні мати рівні права, уникати культурної гегемонії. На цьому етапі, запозичення слів відбувається калькуванням, а також за допомогою часткової транслітерації, наприклад, фараон 法老 fǎlǎo, клуб, 俱乐部 jùlèbù, картка 卡片 kǎrǎn, пиво 啤酒 píjiǔ, гамбургер 汉堡包 hànǎobāo, піца 比萨饼 bǐsàbǐng.

До основних причин процесу запозичення в китайській мові, як і в інших мовах, є культурні та економічні зв'язки китайців з іншими націями, інтернаціоналізація світових явищ, відсутність у мові-реципієнті еквівалентів, що найбільш точно номінують нові явища, потреба у називанні нових явищ та понять для уникнення громіздких словесних пояснень, тобто усі причини виникнення запозичень можна розділити на внутрішні та зовнішні (екстралінгвальні та лінгвальні).

Канали іншомовних запозичень можуть бути як усні, так і письмові, через які у китайську мову потрапляють такі види запозичень як запозичення значень, словотвірні запозичення, екзотизми, інтернаціоналізми, варваризми та аббревіації.

Англійські аббревіатури можна часто зустріти і в офіційному або діловому контекстах: WTO (world trade organization) Світова організація торгівлі; CBD (central business district) Центральний діловий район; IFM (International Monetary Fund)

Міжнародний валютний фонд; NBA (National Basketball Association) Національна баскетбольна асоціація; ISO (International Standardization Organization) Міжнародна організація по стандартизації; АРЕС (Asia Pacific Economical Cooperation) Азіатсько-Тихоокеанське економічне співробітництво [3, с.170].

Таким чином, до основних джерел запозичень в китайській мові є історичні та політичні події, релігія.

Висновки до Розділу 1

Розглянувши питання запозичена лексика як об'єкт наукового дослідження можна зробити висновки, що запозичення окремих звуків та словотворчих морфем (суфіксів, префіксів, коренів) відбувається у процесі їхнього вторинного виділення з більшої кількості запозичених слів.

Іноді вони позначають властиві чужим народам чи країнам поняття (етнографізми, регіоналізми, екзотизми) – наприклад, камамбер – сорт французького сиру. Такі слова тлумачаться словниками іншомовних слів або включаються до звичайних тлумачних словників.

Деякі іншомовні за походженням слова займають проміжне положення між іншомовними словами та повністю засвоєними запозиченнями. Спочатку запозиченні слова чужої мови можуть використовуватись в текстах цільової мови в якості іншомовних краплень, зберігаючи свою іншомовну структуру, а якщо вони (зазвичай як прояв моди) починають більш чи менш регулярно використовуватись, тому їх називають варваризмами.

Причини запозичення іноземних слів викликані політичними, економічними та культурними обмінами, військовими конфліктами та їх власним соціальним розвитком між двома країнами та різними етнічними групами.

Внутрішні причини включають потребу в нових речах, нових явищах і нових поняттях, тенденцію до інтернаціоналізації та глобалізації термінології, а також національна психологія прагнення до новизни та віянь.

Так, в китайській мові запозичення з інших мов можна поділити на чотири різновиди. Це фонетичні запозичення (音译 yīnyì), семантичні запозичення (意译 yìyì), фонетико-семантичні запозичення (音译加意译 yīnyì jiā yìyì), змішані запозичення (音译、意译共存 yīnyì, yìyì gòngcún).

РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНШОМОВНИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ В СУЧАСНОМУ КИТАЙСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

2.1. Фонетичні запозичення в сучасному китайському медіапросторі

Фонетичний спосіб запозичення полягає у відтворенні звучання іншомовного елементу, використовується зазвичай тоді, коли семантичний спосіб передачі недостатньо або ж неточно передає його значення.

У сучасній китайській мові фонетичне запозичення дуже часто використовується для утворення ієрогліфічних брендів. На китайському ринку широко представлена продукція найвідоміших фірм, для торгових знаків яких придуманий спеціальний відомий бренд.

Як правило бренди є логотипами, виконаними латинськими літерами, проте латинські букви мало що можуть сказати китайцям. Тому, виходячи на китайський ринок, компанії розробляють для свого товару ієрогліфічний логотип, використовуючи для цього спосіб фонетичного запозичення.

Цим вони прокладають шлях до серця споживача відразу з двох сторін: ієрогліфічний бренд китайці краще запам'ятовують, крім того, товар з таким логотипом здається їм ріднішим. Так, наприклад ось назви найвідоміших брендів, котрі можна зустріти у китайському медіапросторі:

- Coca-Cola 可口可乐 – «可口可乐 2 月 22 日成交额为 7.45 亿美元 在当日美股中排第 56 名» – «Оборот Coca-Cola 22 лютого склав 745 мільйонів доларів США, займаючи 56 місце серед американських акцій на той день»
- Sprite 雪碧 –雪碧(可口可乐公司旗下品牌)– «Спрайт – бренд компанії Кока-Кола»
- Fanta 芬达 –因为国产芬达里面的人工色素被吸走了– «Тому що штучний барвник у вітчизняній Fanta був забраний»
- Sony 索尼 –索尼在线商城, 在线购买索尼手机 – «Інтернет-магазин Sony, купити мобільні телефони Sony онлайн»

- Nokia 诺基亚 – 诺基亚携手博世进行 5G 定位概念验证 精确度达到 50 厘米以内 – «Nokia i Bosch перевіряють концепцію точності позиціонування 5G з точністю до 50 сантиметрів»
- Motorola 摩托罗拉 – 直降 1000 元, 摩托罗拉 moto razr 2022 折叠屏手机 4999 元起 – «Прямо зараз 1000 юанів, мобільний телефон Motorola moto razr 2022 зі складаним екраном від 4999 юанів»
- Mercedes-Benz 梅赛德斯—奔驰 –梅赛德斯-奔驰(中国)、北京奔驰召回 20740 辆进口和国产汽车 – «Mercedes-Benz (Китай), Beijing Benz відкликає 20 740 імпортованих і вітчизняних автомобілів»
- BMW 宝马 – 全新第 6 代宝马 M3 和 M4 正式发布 – «Офіційно випущено повністю нові BMW M3 і M4 шостого покоління»
- Ford 福特 –长安福特锐界 L 首发亮相 演绎大 7 座混动 SUV “L” 级新标准 – «Changan Ford Edge L дебютував, продемонструвавши новий стандарт класу «L» великого 7-місного гібридного SUV»
- Opel 欧宝 – 欧宝体育官方版 V2.2.1 稳定版 – «Opel Sports офіційна версія V2.2.1 стабільна версія»
- 乐事 [lèshì] – Lays – «乐事京东自营旗舰店» – «Самостійний флагманський магазин Lay's на JD.com.»
- 沃尔沃 [wò'ěr wò] – Volvo – «沃尔沃集团现拥有沃尔沃卡车» – «Volvo Group тепер володіє Volvo Trucks»
- 悍马 [hàn mǎ] – Hummer – «悍马是美国 GM 公司生产的一个汽车品牌, 主要生产军用车和越野车» – «Hummer — автомобільний бренд, який виробляє GM у Сполучених Штатах, в основному виробляючи військові автомобілі та позашляховики»
- 路虎 [lù hǔ] – Landrover – «全球知名英国汽车品牌, 路虎官方网站为您提供最新路虎车型及报价信息» – «Офіційний веб-сайт всесвітньо відомого

британського автомобільного бренду Land Rover надає вам найновіші моделі Land Rover та інформацію про ціни»

– 谷歌 [gǔgē] – Google

– 维基百科 [wéijī bǎikē] – Wikipedia – «是维基媒体基金会运营的一个多语言的線上百科全書，并以创建和维护作为开放式协同合作项目，特点是自由內容、自由編輯、自由版权» – «Це багатомовна онлайн-енциклопедія, керована Фондом Вікімедіа, створена та підтримується як відкритий спільний проект, що характеризується вільним вмістом, вільним редагуванням і вільним авторським правом»

– 迪士尼 [dìshìní] – Disney – «東京迪士尼度假區是以東京迪士尼樂園、東京迪士尼海洋兩大主題樂園為中心的住宿型主題度假區，在這裡可以盡情享受玩樂、住宿、美食、購物的全方位娛樂» – «Tokyo Disney Resort — тематичний курорт із двома основними тематичними парками, Tokyo Disneyland і Tokyo DisneySea, де ви можете насолодитися повним набором розваг, включаючи розваги, проживання, їжу та покупки»

– 舒肤佳 [shūfūjiā] – Safeguard – «舒肤佳是宝洁公司日用品品牌之» – «Safeguard – один із брендів товарів першої необхідності Procter & Gamble»

– 高露洁 [gāolùjié] – Colgate – «高露洁是一家跨国公司集团，1953年，在与棕榄公司合并后，正式使用高露洁棕榄 (Colgate-Palmolive) 公司名称» – «Colgate — багатонаціональна група компаній, яка в 1953 році після злиття з Palmolive офіційно використовувала назву Colgate-Palmolive»

– 美宝莲 [měibǎolián] – Maybelline – «宝莲纽约于1917年成立之时，生产出了世界上第一支现代眼部化妆品：美宝莲纽约块状睫毛膏» – «Коли компанія Maybelline New York була заснована в 1917 році, вона випустила першу в світі сучасну косметику для очей: Maybelline New York Block Mascara»

– 范思哲 [fànsīzhé] – Versace – «范思哲官方网上商店：独家精选的男装女装，鞋子和配饰以及不可代替的范思哲家居主打系列» – «Офіційний інтернет-

магазин Versace: ексклюзивний вибір чоловічого та жіночого одягу, взуття та аксесуарів, а також незамінна колекція Versace Home Collection»

– 雅诗兰黛 [yǎshīlándài] – EsteeLauder – «雅诗兰黛 (ESTÉE LAUDER), 知名护肤、化妆品和香水公司, 与其创始人同名» – «Estée Lauder (ESTÉE LAUDER), відома компанія з догляду за шкірою, косметики та парфумерії, має таке ж ім'я, як і її засновник.»

– 家乐福 [jiālèfú] – Carrefour – «这场意外, 成为了家乐福这家零售巨头的命运转折点» – «Ця аварія стала переломною в долі Carrefour, гіганта роздрібно́ї торгівлі»

– 锐步 [ruìbù] – Reebok – «1895 年在英国博尔顿创立, 原名为水星公司, 1960 年易名为锐步» – «Заснована в Болтоні, Англія в 1895 році, вона спочатку називалася Mercury, а в 1960 році змінила назву на Reebok»

– 飘柔 [piāo róu] – Rejoice – «宝洁旗下品牌飘柔于 1989 年 10 月进入中国洗发水市场, 引领了洗护二合一潮流。» – «Rejoice, бренд компанії Procter & Gamble, вийшов на китайський ринок шампунів у жовтні 1989 року, очолюючи тенденцію використання шампуню та догляду «два в одному»

– 德芙 [défú] – Dove – «你想找的網路人氣推薦德芙巧克力商品就在蝦皮購物».

Також фонетичні запозичення можна зустріти і в китайському медіапросторі коли йде мова про комп'ютерну техніку або все що пов'язано із розвитком айті технологій чи мережі Інтернет. До таких слів можна віднести наступні приклади:

– 比特 [бі тэ] (від англ. bit, binary digit) – «двійкове число»;

– 麦克风 [май ке фон] (від англ. Microphone) – «мікрофон»: «以下是知乎上我写的麦克风非常详细完整选购攻略指南, 让大家不吃亏, 选到适合且满意的录音话筒设备。» – «Нижче наведено дуже детальний і повний посібник зі стратегії придбання мікрофонів, написаний мною на Zhihu, щоб кожен міг вибрати відповідне та задовільне мікрофонне обладнання для запису без страждань»;

– 拷贝 [као бей] (від англ. copy) – «копія, копіювати»: «虽然拷贝机与电脑的拷贝过程都是读取» – «Хоча процес копіювання розмножувачів і комп'ютерів полягає в тому, щоб читати»;

– 谷歌 [гу ге] (від англ. google) – «пошукова система»;

– 路由器 [лу ю ци] (від англ. router), у якому «路由» [лу ю] (фон. запис) + «器» [ци] (морфемасо значенням «електронна апаратура») – «маршрутизатор»: «是连接两个或多个网络的硬件设备，在网络间起网关的作用，是读取每一个数据包中的地址然后决定如何传送的专用智能性的网络设备» – «Це апаратний пристрій, який з'єднує дві або більше мереж. Він діє як шлюз між мережами. Це спеціальний інтелектуальний мережевий пристрій, який зчитує адресу в кожному пакеті даних, а потім вирішує, як її передати».

Варто також зазначити, що в результаті фонетичних запозичень в китайській мові з'явилися назви систем зброї 柯尔特枪 ke'erteqiang кольт – «柯尔特左轮手枪即转轮手枪», отруйних речовин 亚当化气 yadanghuaqi адамсіт; фізичних одиниць: 安培 anpei ампер, 伏特 fute (вольт), сортів вин 核利斯酒 helisijiu (херес), 白兰地 bailandi коньяк, 马德拉酒 madelajiu (мадера) .

Інколи, запозичуючи імена власні, китайці удаються до описового перекладу, наприклад: 印度白棉布 yindu baimianbu – індійська бавовняна тканина: «買印度純棉立即上蝦皮台灣商品專區享超低折扣優惠與運費補助» – «Купуйте індійську бавовну та негайно переходьте до торгової зони Shopee на Тайвані, щоб насолодитися надзвичайно низькими знижками та субсидіями на доставку».

По-друге, звукові запозичення також можуть бути назвами іноземних грошових одиниць та зустрічатись у засобах китайських медіа:

– 各里夫纳 gelifuna (гривня): «格里夫纳是乌克兰的货币» – «Гривня – валюта України»;

– 里拉 lila (ліра) «今年 1 月以来，土耳其里拉就已开启“跌跌不休”模式，近 8 个月内已贬值 41%，且仍在下挫» – «З січня цього року турецька ліра

перебуває в режимі «стрімкого і падіння», за останні вісім місяців вона знецінилася на 41% і продовжує падати»;

– 法郎 falang (франк) «法郎”最早出现在 1360 年, 当时法国国王约翰二世铸造叫法郎的硬币, 法国大革命后推行公制, 1795 年, 法郎开始作为标准货币在法国流通, 取代原有的里弗尔。» – ««Франк» вперше з'явився в 1360 році, коли король Франції Іоанн II карбував монети під назвою «франки». Після Французької революції була введена метрична система. У 1795 році франк почав ходити у Франції як стандартна валюта, замінивши початковий лівр»;

– 马克 make (марка) «法国总统马克龙又开始走进法国人中间, 总统今天一早出现在巴黎附近的兰吉斯国家物流批发市场 (MIN), 这可是世界上最大的时鲜农产品市场。» – «Президент Франції Макрон знову почав ходити серед французів, з'явившись сьогодні рано вранці на національному оптовому ринку Rangis (MIN) поблизу Парижа, який є найбільшим у світі ринком свіжої сільськогосподарської продукції».

Також варто вказати і про назви деяких лікарських препаратів:

– 阿司匹林 a'sipilin (аспірін) «每天服用阿司匹林可能会降低出现心脏病发作和卒中的风险, 但这种方法并不适合所有人。» – «Щоденний прийом аспірину може знизити ризик інфарктів та інсультів, але це підходить не всім.»;

– 可卡因 kekayin (кокаїн) – «可卡因是一种强效兴奋剂, 可增加警觉性, 引起欣快感, 使用后会感觉精力充沛» – «Кокаїн є потужним стимулятором, який підвищує пильність, викликає ейфорію та відчуття заряду енергії після вживання».

Слід зауважити, що запозичені назви ліків у відмінності від сортів вин і систем зброї не оформляються семантичним класифікатором 药 уао ліки. Крім того, у китайську мову було запозичено англійське слово шопінг – 血拼 [шпилька сюе].

Ієрогліфи в повторі слова мають можливе значення: 血[sюе] «кров, кривав»', 拼 [ріп] «пожертвувати життя, з усіх сил». Таким чином, на відміну від споконвічного слова "购物[gou wu] «робити покупки» в резервній лексичній одиниці

血拼 [хуе рін] «шопінг» збереже негативний відтінок: відновлена лексична одиниця позначає купівлю, досконалу без сенсу, без мети», дослівно людина з усієї крові купує або платить своєю кров'ю, тобто при поверненні даного лексично-розрахункова одиниця китайською мовою у словників пейоративне забарвлення, в англійській мові має негативну конотацію.

Таким чином, фонетичні запозичення в китайській мові медіапростору є найбільш вживаними та поширеними у різних сферах лексики, що можна простежити на наведених прикладах.

2.2. Семантичні запозичення в сучасному китайському медіапросторі

Семантичні запозичення («кальки») є позначенням значень іншомовних слів китайськими ієрогліфами або, простіше кажучи, є перекладом на китайську мову. Тобто вони ніби копіюють зміст і передають його за допомогою ієрогліфів. Звідси й назва «калька».

Різниця між семантичними запозиченнями від фонетичних, так це те, що за своєю звуковою та графічною формою вони не відрізняються від традиційної китайської лексики за рахунок того, що вони побудовані з китайських лексичних одиниць і відповідно на китайські правила складання слів. Вони вільно входять у вжиток і легко функціонують у мові.

Крім того, семантичні запозичення досить часто можна зустріти у китайському медіапросторі. До найпоширеніших прикладів семантичних запозичень можна віднести:

– 马力 mǎlì (马 mǎ «кінь» + 力 lì «сила») – кінська сила: «马力就是功率的一个单位，是衡量汽车最高速度的一个物理量» – «Кінська сила – одиниця потужності та фізична величина для вимірювання максимальної швидкості автомобіля»;

– 动产 dòngchǎn (动 dòng «пересуватися» + 产 chǎn «власність») – рухоме майно: «动产是指不动产以外的财产» – «Рухоме майно означає майно, відмінне від нерухомого»;

– 生产力 shèngchánlì (生产 shèngchán «виробляти» + 力 lì «сила») – продуктивна сила: «生产力即社会生产力，也称“物质生产力”，它是人们实践能力的最终结果，是生产方式的一个方面» – «Продуктивність – це соціальна продуктивність, також відома як «матеріальна продуктивність», це кінцевий результат практичних здібностей людей і це аспект методу виробництва»

Більшість запозичень у сучасних рекламних текстах за своєю семантикою відносяться до різних сфер суспільного життя населення Китаю, наприклад:

- 写字板 [xiězì bǎn] – WordPad (де 写字 – писати ієрогліфи, 板 – дошка, плита),
- 快餐 [kuàicān] – фаст-фуд (від англ. fast-food: швидкий + їжа),
- 因特网 [yīntèwǎng] – Інтернет (фонозапис англ. Inter + мережа),
- 酷 [kù] – крутий (від англ. cool),
- 迪斯科 [dí sī kē] – диско (від англ. disco),
- 奔腾 [bēnténg] – Пентіум (від англ. Pentium),
- 比特 [bǐ tè] – біт (від англ. bit).

Оскільки медіапростір це те, що оточує людину щодня – від друкованих видань до цифрової інформації, то семантичні запозичення із китайської мови можна зустріти будь де. У наступних прикладах можна звернути увагу на сфери використання поданих слів:

- 奶昔 (молочний коктейль, від англ. milkshake) – «奶» – це переклад «milk», а «протягом» є транслітерацією «shake»: «是一種源自美國的一种中低等黏度的半液體甜品，主要由牛奶和冰淇淋/刨冰经过晃动混合而成» – «Це напіврідкий десерт середньої та низької в'язкості зі Сполучених Штатів, в основному виготовлений із молока та морозива/струженого льоду, змішаних струшуванням»

– 冰淇淋 (Морозиво, від англ. Ice cream) – «冰» – це переклад «ice», а «淇淋» є транслітерацією «cream»: «冰淇淋是以饮用水、牛乳、奶粉、奶油（或植物油脂）、食糖等为主要原料，加入适量食品添加剂，经混合、灭菌、均质、老化、凝冻、硬化等工艺制成的体积膨胀的冷冻食品» – «Морозиво виготовляють із основної сировини питної води, молока, сухого молока, вершків (або рослинної олії), цукру тощо з додаванням відповідної кількості харчових добавок, а також шляхом змішування, стерилізації, гомогенізації, витримки, заморожування, загартування та інших процесів заморожених продуктів»

– 呼啦圈 (гімнастичний обруч, хулахуп, від англ. Hula hoop) – «呼啦» є транслітерацією «hula», а «圈» – це переклад «hoop»: «呼啦圈是广大女性喜欢的运动器材，摇呼啦圈对瘦腿、瘦腰都有一定的效果。» – «Хулахуп - найпопулярніший спортивний інвентар для жінок. Похитування хулахупом певним чином впливає на схуднення ніг і талії»

– 色拉油 (Салатна олія, від англ. Salad oil) – «色拉» є транслітерацією «salad», а «油» – це переклад «oil»: «色拉油是可以生吃的，因特别适用于西餐“色拉”凉拌菜而得名» – «Салатну олію можна їсти сирою, тому її назвали на честь того, що вона особливо підходить для холодних страв із західного «салату»»

– 摩托车 (мотоцикл, від англ. motorbike) – «摩托» є транслітерацією «motor», а «车» – це переклад «bike»: «哈罗摩托为中国领先的摩托车平台» – «Hello Motor є провідною мотоциклетною платформою в Китаї»

– 新西兰 (Нова Зеландія, від англ. New Zealand) – «新» це переклад «new», а «西兰» є транслітерацією «Zealand»: «畅游新西兰，体验原始旷野和多彩文化» – «Подорожуйте Новою Зеландією та відчуйте незайману дику природу та яскраву культуру»

– 霓虹灯 (неонова лампа, від англ. neon lamp) – «霓虹» транслітерацією «neon», а «灯» – це переклад «lamp»: «霓虹灯管是一个两端有电极的密封玻璃管，

其中填充了一些低气压的气体。» – «Неонова трубка — це герметична скляна трубка з електродами на обох кінцях, заповнена газом низького тиску»

– 因特网 (Інтернет, від англ. Internet) – 因特 транслітерацією «inter», а «网» – це переклад «net»: «因特网, 又叫做国际互联网, 简称互联网, 是由数十亿计算机和其他电子设备组成的全球网络» – «Інтернет – це глобальна мережа з мільярдів комп'ютерів та інших електронних пристроїв»

– 道林纸 (Папір Даулінга, від англ. Dowling paper) – «道林» є транслітерацією «dowling», а «纸» – це переклад «paper»: «“道林纸” 正名应为 “胶版印刷纸” 或 “胶版纸”, 是专供胶版印刷的用纸, 也适用于凸版印刷» – «Правильна назва "папір Daolin" має бути "папір для офсетного друку", який спеціально використовується для офсетного друку, а також підходить для високого друку»

– 水上芭蕾 (Водний балет, від англ. Water ballet) – «水上» – це переклад «water», а «芭蕾» є транслітерацією «ballet»: «水上芭蕾所用水池長、寬各為 12 米, 水深為 3 米» – «Басейн, який використовується для водного балету, має довжину 12 метрів і ширину 12 метрів, а глибина води 3 метри»

– 文化休克 (Культурний шок, від англ. Culture shock) це переклад «Culture», а «休克» є транслітерацією «shock»: «文化休克可能在很多不同方面影响我们的心理健康» – «Культурний шок може вплинути на наше психічне здоров'я різними способами».

Таким чином, семантичні запозичення в китайському медіапросторі виражені дещо менше ніж фонетичні, проте вони також зустрічаються як на сторінках друкованих, так і в онлайн виданнях.

2.3. Фонетико-семантичні та змішані запозичення

Специфікою звукових запозичень в китайській мові є прагнення зробити їх зрозумілішими, ввести їх в певні лексико-граматичні розряди слів. Практично це

виявляється в приєднанні до багатьох запозичень односкладових, рідше двоскладових семантичних класифікаторів, що виражають певні родові поняття.

В результаті подібного схрещування виходять слова-гібриди, що складаються із запозиченої іншомовної основи і китайського словотвірного (що класифікує) елементу. Ці фонетико-семантичні запозичення називаються також напівкальками, напівфонетичними або змішаними запозиченнями. На приклад:

– 吉普车 jīpǔchē – «джип» jīpu (цзипу + 车 машина) – «吉普车比起普通汽车来说» – «Джипи - це більше, ніж звичайні автомобілі»

– 芭蕾舞 «балет» (балей – транскрипція + 舞 - танець) – «『台北皇家芭蕾舞團』，編創演出的芭蕾舞劇「魔幻情詩」、「海盜」、「唐吉訶德」..等舞作，維持每二年固定一至二次的演出» – ««Королівський балет Тайбея», хореографії та виконання таких балетів, як «Чарівна поезія кохання», «Пірат», «Дон Кіхот» тощо, мають постійну одну або дві вистави кожні два роки.»

– 加农炮 «гармата» цзянун – транскрипція + 炮 зброя) – «加农炮是指炮管较长» – «Гармата – це довший ствол»

– 莫合烟 «махорка» мохе – транскрипція + 烟 тютюн) – «莫合烟是一种由黄花烟草的茎和叶碾碎后掺和晾晒而成» – «Мохеян – це різновид тютюну, який виготовляють шляхом подрібнення стебел і листя *Nicotiana glauca* і змішування їх на повітрі». (<https://zhuanlan.zhihu.com/>)

Наведемо приклади невійськової тематики: 波波族 bobozu, 雪茄烟 xuejiayuan cigarette, 卡片 kǎpiàn sheet, 厄尔尼诺现象 e'erninuo xianxiang, 汉堡包 hanbaobao, 爵士乐 jùshìyuè, 乒乓球 pingpangqiu, 桑拿浴 sangnaoyu, 华尔兹舞 hue'erziwu та ін.

В разі часткової або повної адаптації і участі в словотвірних процесах семантичний класифікатор може опускатися. Так, наприклад, сталося з термінами 坦克 (танк) і 雷达 (радар), які раніше мали в своєму складі відповідні класифікатори 车 (віз), 台(вежа), та з термінами 桑拿 – сауна, 雪茄 – сигарета – боулінг, 华尔兹 – вальс, які раніше мали класифікатори 烟, 求, 舞, 浴.

Також 比特 від BitCoin «біткоїн» є запозиченням англійського слова та подається поєднанням двох ієрогліфів 比特, перші два ієрогліфа імітують вимову першої частини англійського слова і не має значення, другий ієрогліф є перекладом англійської мови лексичної одиниці coin [bi] «валюта, гроші».

Висновки до Розділу 2

Розглянувши питання функціональні особливості іншомовних запозичень можна зробити висновки, що у сучасній китайській мові можна зустріти такі види запозичень як фонетичні, семантичні, фонетико-семантичні та змішані запозичення.

Фонетичні запозичення дуже часто використовується для утворення ієрогліфічних брендів. На китайському ринку широко представлена продукція найвідоміших фірм, для торгових знаків яких придуманий спеціальний відомий бренд.

Як правило бренди є логотипами, виконаними латинськими літерами, проте латинські букви мало що можуть сказати китайцям. Тому, виходячи на китайський ринок, компанії розробляють для свого товару ієрогліфічний логотип, використовуючи для цього спосіб фонетичного запозичення.

Семантичні запозичення досить часто можна зустріти у китайському медіапросторі. До найпоширеніших прикладів семантичних запозичень можна віднести: 马力, 水上芭蕾, 道林纸 та інші.

До когорти фонетико-семантичних запозичень в китайській мові можна віднести 波波族 bobozu, 雪茄烟 xuejiayan cigarette, 卡片 kapiān sheet, 厄尔尼诺现象 e'erninuo xianxiang, 汉堡包 hanbaobao, 爵士乐 jueshiyue, 乒乓球 pingpangqiu, 桑拿浴 sangnayu, 华尔兹舞 hue'erziwu та ін.

ВИСНОВКИ

Дослідивши питання іншомовних запозичень в китайському медіапросторі можна зробити висновки, що іншомовні за походженням слова займають проміжне положення між іншомовними словами та повністю засвоєними запозиченнями.

Спочатку запозиченні слова чужої мови можуть використовуватись в текстах цільової мови в якості іншомовних вкраплень, зберігаючи свою іншомовну структуру, а якщо вони (зазвичай як прояв моди) починають більш чи менш регулярно використовуватись, тому їх називають варваризмами.

Хоча на сучасному етапі розвитку китайської мови спостерігається тенденція до збільшення іншомовних запозичень, проте їхня кількість усе ж не настільки велика, як у більшості європейських мов. Для цього існують як причини зовнішнього характеру, а саме ізолюваність Китаю від навколишнього світу протягом тривалого часу, що зумовила малу кількість міжмовних контактів китайської мови, так і внутрішньомовні причини.

Причини запозичення іноземних слів викликані політичними, економічними та культурними обмінами, військовими конфліктами та їх власним соціальним розвитком між двома країнами та різними етнічними групами.

Внутрішні причини включають потребу в нових речах, нових явищах і нових поняттях, тенденцію до інтернаціоналізації та глобалізації термінології, а також національна психологія прагнення до новизни та віянь.

Основними причинами появи запозичень в китайській мові є екстралінгвальні (історичні, суспільно-політичні, економічні, культурні, соціально-психологічні) та лінгвальні.

Поява нових слів здійснюється різними шляхами: через пряме і непряме запозичення або ж створення нових лексичних одиниць на базі ресурсів китайської мови. Можна виділити дві головні причини появи іншомовних запозичень у китайській мові. Перша – це необхідність вираження нових значень.

Друга – потреба в оновленні лексичної системи, заміни старих лексичних одиниць, що втратили свою виразність, на нові, виразніші. Головна мета

запозичення іноземних слів полягає в поповненні словарного складу словами, що позначають нове поняття, новий предмет.

Так, в китайській мові запозичення з інших мов можна поділити на чотири різновиди. Це фонетичні запозичення (音译 yīnyì), семантичні запозичення (意译 yìyì), фонетико-семантичні запозичення (音译加意译 yīnyì jiā yìyì), змішані запозичення (音译、意译共存 yīnyì, yìyì gòngcún).

Семантичні запозичення досить часто можна зустріти у китайському медіапросторі. До найпоширеніших прикладів семантичних запозичень можна віднести: 马力, 水上芭蕾, 道林纸 та інші.

При використанні семантичного способу використовуються китайські ієрогліфи для передачі значення англійського слова. Активно запозичуються англійські слова у комп'ютерній сфері та в соціальному житті.

До когорти фонетико-семантичних запозичень в китайській мові можна віднести 波波族 bobozu, 雪茄烟 xuejiayan cigarette, 卡片 kǎpiàn sheet, 厄尔尼诺现象 e'erninuo xianxiang, 汉堡包 hanbaobao, 爵士乐 jueshiyue, 乒乓球 pingpangqiu, 桑拿浴 sangnayu, 华尔兹舞 hue'erziwu та ін.

Змішаний тип запозичень у китайському медіапросторі становлять запозичення при якому китайські ієрогліфи передають звучання англійського слова плюс додається класифікатор, їх дещо менше в порівнянні з іншими видами запозичень.

Більш значну частину у китайській мові становлять семантичні, фонетико-семантичні запозичення через неприйнятність китайської мови до фонетичних запозичень.

Кількість запозичень та частота їх вживання останнім часом знаходиться у процесі динамічного зростання, що спричинено як екстралінгвістичними, так і внутрішньо-лінгвістичними факторами.

Вживання запозичень є найбільш характерним для тестів офіційно-ділового та наукового стилів, зокрема для текстів економічної та юридичної тематики, оскільки більшість запозичень є спеціальними термінами.

Таким чином, як видно із видів запозичень, що присутні у китайському медіапросторі можна зробити висновок, що китайська мова налічує значну кількість запозичень насамперед з англійської та японської мови.

摘要

学期论文考察了现代中国媒体空间中的外语借用。

由于汉语作为世界上使用人数最多的语言之一，在科学、技术和整个社会的发展过程中不断发生变化，其中最重要的变化发生在其词汇组成。语言的动态特征最生动的证明是它能够用新的词汇单位丰富词汇表。

除了一些单词和结构逐渐不再使用之外，还有新的语言单位的出现，其中一些开始被母语人士在各个活动领域积极使用。

为此，作者在科学研究和词典资料的基础上，分析了汉语外来词的语音、语义、音义和混合的功能特征。

关键词：借用，外语，媒体空间，语言学，野蛮。

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Архипенко, Л.М. (2003). Активізація процесу запозичення у сучасній українській мові кінця ХХ ст. Культура народів Причорномор'я: Научний журнал., Стаття 37.
2. Баженов, Г. А. (1998). О некоторых изменениях в современной лексике в КНР, Сянгане и на Тайване. Мир китайского языка, Стаття 1.
3. Гончаренко, О. М. (2015). Іншомовні запозичення у сучасній китайській мові в контексті глобалізації. Мовні і концептуальні картини світу., (1), 160–168.
4. Гринюк, М. А. (2016). Непрямі запозичення та запозичення-калька в китайській мові. У Збірник матеріалів VI Міжнародної науковопрактичної конференції „Україна-Китай: діалог культур” та Міжнародної науково-практичної конференції „Сучасні тенденції сходознавства” (с. 33–38). ЛНУ імені Тараса Шевченка.
5. С.С, Г. (2016). Проблемні аспекти класифікації англійських запозичень в китайській мові. У Збірник матеріалів VI Міжнародної науковопрактичної конференції „Україна-Китай: діалог культур” та Міжнародної науково-практичної конференції „Сучасні тенденції сходознавства” (с. 39–45). ЛНУ імені Тараса Шевченка.
6. Т. І, Г. (2014). Запозичення та їхні типи в сучасній українській телевізійній фаховій мові. Наукові записки НаУКМА : Філологічні науки., 164, 55–59.
7. Караванський, С. Й. (2009). 2-ге розширене. У Секрети української мови (с. 344). БаК.
8. Караванський, С. Й. (2001). Пошук українського слова, або Боротьба за національне «я». Академія.
9. Кислюк, Л. П. (2000). Словотворний потенціал запозичень у сучасній літературній українській мові. Інститут української мови НАН України, 238.
10. Клименко, Н. Ф. (2008). Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі. Видавничий дім Дмитра Бураго.

11. Кравченко, О. О. (2018). Функціонування аббревіатур в китайськомовній інтернеткомунікації. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка., (1(24)), 103–107.
12. Кулинич, І. (1992). Семантичне освоєння іншомовної лексики. Лінгвістичні дослідження. Збірник наук. пр. – Харків: ХДПУ, (2), 93–97.
13. Лю Шусінь. (1995). Описова лексикологія китайської мови.
14. Мороховський, О. (1984). Деякі питання теорії запозичень. Мовознавство, (1), 19–25.
15. Муромцев, І. (1986). Особливості освоєння лексики іншомовного походження в сучасній українській мові (морфонологіко-дериваційний аспект). Вест. Харьк. ун-та., Стаття 284.
16. Оськіна, Н. (2021). Англомовні запозичення у рекламних текстах сучасної китайської мови. Актуальні питання гуманітарних наук., (44), 102–107.
17. Офіційно випущено повністю нові BMW M3 і M4 шостого покоління. (б. д.). <https://3w.huanqiu.com/a/e246c4/400k8ok2GrW>
18. Симонок, В. (2001). Адаптація іншомовних елементів у системі української мови. Вестн. Междунар. слав. ун-та, 29–31.
19. Скорейко-Свірська, І. П. До питання про класифікацію запозичень. <http://www.pdaa.edu.ua/np/pdf2/22.pdf>
20. Стишов, О. А. (2001). Нові аббревіатури в мові мас-медіа кінця ХХ століття. Мовознавство, Стаття 1.
21. Стишов, О. А. (1999). Особливості розвитку лексичного складу української мови кінця ХХ ст. Мовознавство, Стаття 1.
22. Тихонова, О. Ф. Звукові запозичення в сучасній китайській мові ЗМІ.
23. Тихонова О. Ф. Основні моделі утворення неологізмів у китайській мові.
24. Ткаченко, О. Б. (2004). Українська мова. «Укр. енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 82.
25. Фу Хуайцін. (1985). Лексика сучасної китайської мови. Видавництво Пекінського університету, 260.

26. China bans English abbreviations on TV.
<http://www.chinahush.com/2010/04/08/china-bans-englishabbreviations-on-tv/>
27. Lin Zhibo. (2004). Protecting our mother tongue “Points of View – New Arguments”. <http://www.people.com.cn>
28. Yablonska, T. M. (2022). The influence of english on chinese in the modern realities. Modern vectors of science and education development in China and Ukraine (中国与乌克兰科学及教育 前沿 研究), (8), 290–299.
29. 万红著。当代汉语的社会语言学关照：外来词进入汉语的第三高潮和港台词语的北上//天津：南开大学出版社- 2007 - 272 页。
30. 万红著. (2007). 当代汉语的社会语言学关照：外来词进入汉语的第三高潮和港台词语的北上. 南开大学出版社.
31. 余东(2003)、陈可培：“论翻译策略的文化内因” // “解放军外国语学院学报”。
32. 外来词汇对中国语言文化的影响/修刚主编。(2011) - 天津：天津人民出版社，第 77 页。
33. 外来词汇对中国语言文化的影响/修刚主编。(2011) - 天津：天津人民出版社，第 96 页
34. 外来词汇对中国语言文化的影响/修刚主编。(2011) - 天津：天津人民出版社，第 75 页。
35. 姚斯(1987)、霍拉勃：“接受美学与接受理论”。 - 辽宁：辽宁人民出版社。
36. 期邹嘉彦(2003)、游汝杰：“当代汉语新词的多元化趋向和地区竞争”//“语言教学与研究”，第 2 期。
37. 许文胜(2006)：“从汉语外来新词研究看文化策略的变迁”。//“安徽大学学报（哲学社会科学版）”，第 2 期。
38. 陈原(1983)：“社会语言学”。 - 北京，学林出版社，第 134 页。