

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СХІДНОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ
Кафедра китайської філології

Курсова робота з китайської філології на тему:

Ділове мовлення в китайській мові

Студента групи Кит 08-21

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

Дудка Владислава Володимировича

Науковий керівник: доц. **Щербаков Я.І.**

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Київ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
1 ОФІЦІЙНА МОВА ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СТИЛІВ СКМ	5
1.1 Стиль у СКМ. Офіційно-діловий стиль: лексико-фразеологічні та граматичні особливості.....	5
2 ОСНОВНІ ЖАНРИ ДІЛОВОЇ МОВИ В СКМ: ЛІНГВІСТИЧНА ТА КОМПОЗИЦІЙНА ХАРАКТЕРИСТИКА	19
2.1 书信 shūxìn кореспонденція, переписка.....	19
ВИСНОВОК	30
注释.....	31
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	322

ВСТУП

Найважливішою функцією мови є комунікативна функція. Мовленнєва поведінка суб'єкта, і, відповідно, використання стилістичних засобів визначається поставленими цілями, сферою спілкування та умовами, в яких це спілкування реалізується. Специфічність офіційно-ділового стилю сучасної китайської мови (далі СКМ) обумовлює його відокремленість серед мовних стилів. Офіційно-діловий стиль СКМ суворо регламентований і водночас, базуючись на вікових традиціях, зберігає елементи давньої мови вен'янь. Перелічені вище фактори в поєднанні з бурхливим економічним зростанням Китаю пояснюють високу потребу в оволодінні засобами різних жанрів ділового стилю СКМ.

Актуальність роботи полягає в тому, що система жанрів ділового стилю СКМ на даний час недостатньо висвітлена не лише в вітчизняній синології, але й у самому Китаї. У цій роботі ми намагалися представити цілісну класифікацію жанрів офіційно-ділового стилю. Проблема актуальна і тим, що приклади, розглянуті в цій роботі, становлять практичний інтерес для вивчення та застосування в діловому спілкуванні.

Предметом дослідження є лексико-граматичні особливості різних жанрів ділової мови.

Об'єктом дослідження є жанри ділового стилю в СКМ.

Метою дослідження курсової роботи є вивчення системи жанрів ділового стилю СКМ. Щоб досягти цієї мети, ми поставили перед собою такі завдання:

1. розкрити такі поняття, як стиль і жанр;
2. визначити місце офіційно-ділової мови в системі стилів СКМ;
3. розглянути та проаналізувати жанрову систему офіційно-ділового стилю;
4. На прикладі жанру ділового листування вивчити особливості виду в межах жанру.

Методи дослідження: вивчення монографічних публікацій та статей; аналіз наукової літератури; узагальнення.

Структура роботи. Наша робота складається з вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ОФІЦІЙНА МОВА ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СТИЛІВ СКМ

1.1 Стиль в СКМ. Офіційно-діловий стиль: лексико-фразеологічні та граматичні особливості

Поняття „стиль" багатозначне. Мовний стиль — «це приватна система засобів вираження, що входить разом з іншими приватними системами в єдину структуру загальнонародної мови». Мовний стиль у дії, у конкретній реалізації прийнято називати мовленнєвим стилем [6].

Лінгвістичний енциклопедичний словник тлумачить мовний стиль як різновид мови, закріплений у даному суспільстві традицією за однією з найбільш загальних сфер соціального життя і частково відрізняється від інших різновидів тієї ж мови за всіма основними параметрами — лексикою, граматиною, фонетикою. У сучасних розвинених національних мовах існують 3 найбільших стилі мови в цьому значенні: а) нейтральний, б) більш «високий», книжний, в) більш «низький», розмовний (або фамільярно-розмовний, або розмовно-просторічний)[7].

Тлумачний словник російської мови пропонує таке визначення: сукупність прийомів використання мовних засобів для вираження тих чи інших ідей, думок у різних умовах мовленнєвої практики[12].

Офіційно-діловий стиль китайської мови має тривалу історію свого існування.

До 1949 року в Китаї вживалися складні форми ділових паперів. При складанні документів і ділових листів керувалися суворими правилами, які передбачали вживання трафаретних зворотів, фразеологічних штампів. При цьому дотримувалася певна субординація (від старшого до молодшого, між рівними, від молодшого до старшого). Залежно від інстанції використовувалися спеціальні, суворо встановлені, вирази.

Після 1949-го року офіційно-діловий стиль зазнав значних змін. Він став простішим і конкретнішим і завдяки цьому зрозумілішим для широких верств населення[6].

Мовна поведінка мовця або того, хто пише, визначається тим, в яких умовах відбувається і для яких цілей здійснюється спілкування. Залежно від сфери, умов, цілей і завдань спілкування здійснюється відбір конкретних засобів мови. В результаті постійного використання цих засобів у певній сфері спілкування, інакше кажучи, в результаті стилістичної диференціації засобів мови, формуються функціональні стилі. Окремо взятий функціональний стиль являє собою доцільно організовану систему взаємопов'язаних і взаємообумовлених лексичних, граматичних, а також фонетичних засобів мовного спілкування[4].

У роботах зі стилістики китайської мови, що належать китайським ученим, зазвичай вказують наступні п'ять стилів, що входять до загальної структури сучасної китайської літературної мови: публіцистичний, науковий, літературно-художній, офіційно-діловий та розмовний.

Зазначена система стилів китайської мови є відносною та умовною. Між мовними стилями немає непрохідних меж. Вони тісно переплітаються та взаємодіють між собою. Тому функціональні стилі слід не стільки протиставляти, скільки співставляти.

Серед книжних стилів офіційно-діловий стиль окреслений найбільш чітко. Він обслуговує правову та адміністративну діяльність при спілкуванні в деМЖавних установах, у суді, під час ділових та дипломатичних переговорів, ділова мова забезпечує сферу офіційно-ділових відносин і функціонує в галузі права та політики. Офіційно-діловий стиль реалізується в текстах законів, указів, наказів, інструкцій, договорів, угод, розпоряджень, актів, у діловому листуванні установ, а також у довідках юридичного характеру.

Незважаючи на те, що цей стиль зазнає серйозних змін під впливом соціально-історичних зрушень у суспільстві, він виділяється серед інших функціональних стилів мови своєю стабільністю, традиційністю, замкнутістю та стандартизованістю.

Діловий стиль – це сукупність мовних засобів, функція яких – обслуговування сфери офіційно-ділових відносин, тобто відносин, що виникають між органами деМЖави, між організаціями або всередині них, між організаціями та приватними

особами в процесі їхньої виробничої, господарської, юридичної діяльності. Розрізняють, принаймні, три підстилі (різновиди) ділового стилю[9, с.82]:

1. власне офіційно-діловий (канцелярія)
2. юридичний (мова законів і указів)
3. дипломатичний

До периферії ділового стилю відносять інформаційну рекламу, патентний стиль і побутово-ділову мову (заяви, пояснювальні записки, розписки тощо) [8, с.13].

Стандартизація ділової мови – одна з найбільш помітних рис офіційно-ділового стилю. Процес стандартизації розвивається в основному в двох напрямках:

1. У широкому використанні готових, вже затверджених словесних формул, трафаретів, штампів, тобто стилістично позначеної лексики.

2. Частого повторення одних і тих самих слів, форм, зворотів, конструкцій, у прагненні до однотипності способів вираження думки в однотипних ситуаціях, у відмові від використання виразних засобів мови.

Крім стандартизації, особливостями офіційно-ділового стилю є точність, стрункість викладу, чіткість формулювань, імперативність, об'єктивність і документальність, конкретність, офіційність, лаконічність[9, с.83].

Мовні засоби офіційно-ділового стилю утворюють відносно замкнуту систему, основу якої складають одиниці двох рівнів: лексичного і синтаксичного.

Лексика офіційно-ділового стилю належить до того шару лексики сучасної китайської мови, який зазвичай називають книжним.

Офіційно-діловий стиль сучасної китайської мови неоднорідний лексично: в ньому досі вживається лексика, що існує в китайській класичній літературі. Водночас останнім часом спостерігається також використання лексики розмовного стилю. При цьому іноді різнорідні лексичні одиниці вживаються одночасно. Наприклад: у реченні 鼓足干劲, 力争上游 — *Напружуючи всі сили, прагнути вперед* побутова лексика 鼓足干劲 поєднується з виразом старої літературної мови 力争上游.

До спеціальної, стилістично позначеної лексики належать такі мовні штампи: 申请 просьба, прошення;

核准 дозволити, санкціонувати;

批示 резолюція, накласти резолюцію;

任命 призначення.

З процесом стандартизації ділової мови тісно пов'язаний і процес фразеологізації її[9, с.83], в офіційно-діловому стилі широко використовуються фразеологічні штампи або стилістично позначені фразеологізми, до них можна віднести такі шаблонні вирази, що вживаються:

1. У юридичних документах

具有约束力 володіє обов'язковою силою;

查照办理 прийняти до відома і виконання.

2. У міжнародно-правових документах

本条约须批准 цей договір підлягає ратифікації;

缔约双方同意 договірні сторони погодилися на...

3. У комерційних документах

东道主 приймаюча сторона, компанія;

协议文学 текст угоди;

给.....作答复 дати відповідь комусь;

合同规定 контракт встановлює.

Хоча за своїм смисловим значенням і функціональним призначенням мовні штампи офіційно-ділового стилю неоднакові (це залежить від характеру документа), але за своєю мовною природою вони належать до одного класу стилістично позначених одиниць китайської мови. Для офіційно-ділового стилю особливо характерні шаблон у використанні стилістично маркованих мовних одиниць, традиційність мовного оформлення.

На лексичному рівні, крім загальноживаних і нейтральних слів, можна виділити[9, с.84]:

1. Слова і словосполучення, що вживаються переважно в офіційних документах:

相应 відповідний, відповідно;
 取决于 залежати від чого-небудь;
 中间商 посередник;
 不可抗力 форс-мажор.

2. Терміни, професіоналізми і словосполучення термінологічного характеру, що обумовлено змістом службових документів.

Наприклад:

毛重 брутто;
 投保 застрахувати;
 批准 ратифікувати;
 净重 нетто (чиста вага).

В усному варіанті сучасного офіційно-ділового стилю допускається вживання загальноприйнятих складноскорочених слів[3, с.11]. Вони виникають на базі складних слів і різних типів словосполучень. Характерні приклади складноскорочених слів:

Імен. +Імен.

中华人民共和国和俄罗斯联邦的 – 中俄的 Китайсько-російський;
 进口+出口 – 进出口 імпорт і експорт;
 工业+农业 – 工农业 промисловість і сільське господарство;
 世界+贸易 – 世贸 міжнародна торгівля;
 利润+税收 – 利税 прибуток і податки.

Дієсл. +Імен.

增加+生产 – 增产 збільшувати виробництво;
 提供+货物 – 供货 постачати товар.

Дієсл. +Дієсл.

拒绝+接受 – 拒收 відмовитися прийняти.

В офіційно-діловому стилі широко вживаються іменники, які називають людей за ознакою, обумовленою якоюсь дією або відношенням. Наприклад:

买主 покупець;

卖主 продавець;

货主 власник товару;

船主 судновласник;

我方（校，国，公司）贵方 та ін. (завуальованість «Я»).

Широке вживання односкладів у китайській мові пов'язане з живучістю елементів старописемної мови веньянь. Давньокитайська мова лаконічна і водночас ємка за своїм змістом. Веньянізми складають значну частину словникового запасу письмової мови.

Три основні групи веньянізмів в офіційно-діловій мові[3, с.16]:

1. Безпосередньо лексика

来函 лист; замість більш розмовного 来信;

至今 до теперішнього часу; замість 直到现在;

若干 скільки, кілька; замість 多少;

始终 від початку до кінця, весь час; замість 一直;

盈余 прибуток; замість 利润;

设宴 влаштувати банкет; замість 摆酒席.

2. Займенники давньокитайської мови

此 вказівний займенник, відпов. суч. 这, напр., 此地 тут; 此时 в цей час; 此事 ця справа;

彼 то, той, напр., 彼处 там; 彼时 тоді;

该 даний, вищезгаданий, напр. 该公司 дана компанія;

本 вказівний займенник «цей», «даний», напр., 本报价 це комерційна пропозиція; або як присвійний займенник «мій», «наш», відповідно до сучасного. 我, напр., наша компанія 本公司;

敝 «мій», «наш», напр. 敝国 наша країна; 敝姓 моє прізвище. Особлива форма ввічливості при спілкуванні з партнерами;

其 присвійний займенник «свій», «його», «їх», напр. 其实现 його здійснення;

何 питальне займенник «який», «чому», відповідно. суч. 什么, напр. 何处, де, куди; 何时 коли, в який час.

3. Службові слова

而 сполучник «і»;

并且 сполучник «і», «а також»;

则 сполучник «то», «тоді»;

之 показник визначального відношення, відповідно суч. частці «的»;

以 прийменник, що вводить додаток «кого», «що» до дієслова;

将 прийменник, що вводить додаток «що» до дієслова, відповідно суч. «把»;

于 прийменник, що вказує на час, місце, особу тощо;

均 узагальнююче слово перед присудком «всі», «весь», відпов. суч. «都»;

已 прислівник, показник завершеності дії «вже»;

无 заперечення «ні», «не», відпов. суч. «没有»;

尚未 заперечення «ще не», відпов. суч. «还没有»;

不宜 модальне дієслово «не слід, не потрібно»; та ін.

Поряд із знаменними словами вєньяня в сучасній мові часто використовуються й службові, наприклад, у сполученні 步人民大会堂之时 "входячи в Будинок народних зборів" знаменному односкладу вєньяня 步 відповідає 走 "йти", 时 --- 时候 "час", а службовому 之 – атрибутивна частина 的. Фразеологізми офіційно-ділового стилю, побудовані за нормами вєньяня:

扳部批准– внести на затвердження міністерства;

提交首长批示– передати на резолюцію начальства;

接受任命– прийняти призначення.

У сучасних документах:

看守所– камера попереднього ув'язнення;

依法惩办– карається за законом;

具有约束力– має обов'язкову силу.

Характерною рисою офіційно-ділового стилю є наявність Вої кількості вступних слів і видільних конструкцій, які дозволяють звернути увагу адресата на ту чи іншу думку, а також виділити основні моменти обговорення (документа), зробити на них акцент. Вони вносять у речення додаткову смислову ясність, надають викладу логічну стрункність [3, с.12]. Наприклад, 一来, 一则 по-перше; 原则上 в принципі, 实际上 фактично; 据我所知 наскільки мені відомо 承.....之便 використовуючи можливість; 就.....问题 з приводу...питання; 如下 нижче слідує; 通知如下 повідомляємо, що; 规定如下 намічено наступне。

Особливістю синтаксису зазначеного стилю є ускладненість синтаксичної структури речень. Необхідність точного найменування і детального перерахування офіційних установ і посадових осіб, їх службових обов'язків і функцій, та багато іншого призводить до використання повносоставних, громіздких речень, тут часто використовуються розгорнуті, багатоступеневі, великі за обсягом синтаксичні побудови. 外国驻华外交代表机关和领事机关的外交员、领事员、公务员的申请, 由外交部 有关地区的外事处受理; 其他特有外交、 公务护照的外国人的申请, 由外交部、 有关地区的外事处或公安局受理 (外国人入境出境过境居留旅行管理条例)。 Клопотання, що надходять від дипломатичних чиновників, консульських чиновників, а також співробітників дипломатичних представництв і консульських установ іноземних деМЖав у Китаї, розглядаються міністерством закордонних справ, відповідним місцевим управлінням у справах іноземців; клопотання, що надходять від іноземців, які мають дипломатичні, службові паспорти, розглядаються міністерством закордонних справ, відповідним місцевим управлінням у справах іноземців або управлінням громадської безпеки.

Перелічення різних категорій посадових осіб та офіційних установ призвело до ускладнення цього речення.

Складність синтаксичної структури своєю чергою призводить до широкого і різноманітного вживання засобів синтаксичного зв'язку, таких як сполучники, сполучникові частки, сполучникові фразеологічні одиниці, а також спеціальні слова, що функціонують у ролі так званих службових елементів. Ще однією характерною

особливістю офіційно-ділового стилю є використання архаїчних форм, тобто граматичних запозичень зі старої літературної мови веньянь.

两国政府决心根据亚非会议决议和宣言的精神，继续为促进和扩大国际合作为祛除国际间的疑惧而作一切努力，并且主张以和平方式谋求国际争端的解决，从而对国际局势的改善作出进一步的贡献。（中华人民共和国条约集）Обидва уряди сповнені рішучості, керуючись духом рішень і декларацій Афро-Азіатської конференції, продовжувати докладати всіх зусиль для того, щоб розвивати і розширювати міжнародне співробітництво, виключити в міжнародних відносинах недовіру і страх; разом з тим вони виступають також за врегулювання спірних міжнародних питань мирним шляхом, щоб тим самим зробити подальший внесок у поліпшення міжнародної обстановки.

У цьому поширеному, складному за своєю граматичною структурою реченні використані такі засоби мови веньянь: 为, 以, 而, 从而.

У літературі жанр визначається на основі належності твору до літературного роду, переважаючої естетичної якості (ідейно-оцінкового настрою - сатиричного, патетичного, трагічного), обсягу твору та способу побудови образу (символіка, алегорія, документальність): епічний жанр (героїчна поема, роман, оповідання), ліричний (ода, елегія, вірш, пісня), драматичний (трагедія, комедія)[2].

Поняття жанру, як відомо, сягає праць Аристотеля (384–322-ий рр. до н. е.), однак у понятійний апарат лінгвістики воно входить в останні роки минулого століття. Лінгвістичним – необхідним для осмислення будь-якого спілкування – робить це поняття сприйняття жанру як явища не тільки художньої творчості, а мови взагалі. Вітчизняне мовознавство має різні підходи до визначення поняття «мовленнєві жанри». Мовна система жанрово байдужа, мова ж, тобто «конкретне мовлення, що протікає в часі і облягається в звукову (включаючи внутрішнє проговорювання) або письмову форму» відливається тільки в жанрах, і поза жанрами не може бути осмислена і вивчена.

Поняття мовного жанру (жанр мови, жанр спілкування, мовний жанр) використовувалося багатьма лінгвістами. Сьогодні про проблеми мовних жанрів пишуть все більше.

Наразі можна виділити три основні підходи до проблеми МЖ[5, с.164]. Перший з них називають лексичним, він передбачає звернення до імен жанрів, тлумачення їх семантики і найбільш тісно пов'язаний з теорією мовленнєвих актів, значною мірою заснованою на аналізі вживання дієслів мови. Однак на основі такої лексики не можна скласти повне і адекватне уявлення про МЖ, оскільки одним іменем можуть позначатися кілька жанрів або їх різновидів, і, навпаки, один жанр може мати ряд найменувань.

Другий підхід може бути названий стилістичним, він узгоджується з традиціями літературознавства і передбачає аналіз текстів в аспекті їх жанрової природи, включаючи композицію, відбір специфічної лексики і т. п.

Третій підхід виходить з того, що МЖ – це особлива модель висловлювання, з чого випливає, що необхідно його дослідження в двох напрямках: обчислення моделей і вивчення їх втілення в різних мовленнєвих ситуаціях. В рамках такого підходу можна здійснити всебічний опис МЖ. Такий підхід називають мовознавчим, оскільки він враховує результати, отримані в рамках теорії мовленнєвих актів і теорії жанрів художньої мови. Виходячи з задумів автора, попередніх умов спілкування і «просуваючись» до способів мовного втілення МЖ, в яких для адресата закодована вся необхідна для успішного спілкування жанрова інформація, для цього підходу основним моментом є визнання існування в мовленнєвій свідомості «типового проєкту» або схеми МЖ. Завданням дослідника стає формулювання наукової дефініції такого інтуїтивного уявлення, представивши його як модель МЖ.

У нашій мовній свідомості є моделі МЖ, відповідно до яких ми як автори будемо і як адресати сприймаємо реальні мовні твори, а також оцінюємо їх. Жанроутворюючі ознаки і є несучими конструкціями цієї моделі. Мовна модель жанру може бути описана за допомогою певного набору параметрів, жанроутворюючих ознак, необхідних і достатніх для розпізнавання, характеристики та конструювання МЖ: комунікативна мета; образ автора; образ адресата; образ минулого; образ майбутнього;

диктум; мовне втілення (формальна організація). Головною жанроутворюючою ознакою є комунікативна мета.

Авторська інтенція задає способи представлення в тексті всієї сукупності відносин між компонентами мовного жанру, які можуть бути представлені наступним чином: «1) мовник виділяє певний фрагмент дійсності як привід для висловлювання в даній ситуації; 2) Мовник робить когось адресатом висловлювання; 3) Мовник продукує відповідний текст; 4) Мовник інформує про своє ставлення до ситуації, бажання її зберегти, змінити і т. п., про свою участь у цій ситуації, а також локалізує ситуацію в просторі і часі відносно самого себе; 5) Мовник повідомляє про своє ставлення до слухача, розподіл між ним і собою соціальних ролей і т. п.; 6) Мовник дає оцінку своєму ставленню до тексту; 7) Мовник встановлює відповідність тексту описуваній ситуації; 8) Мовник розглядає текст як знаряддя впливу на слухача; 9) Мовник повідомляє про участь слухача в даній предметній ситуації або наполягає на його участі в зміні ситуації». [10]

Образ автора – це та інформація про нього як про учасника спілкування, яка «закладена» в типовий проєкт МЖ, забезпечуючи йому успішне здійснення.

Образ адресата – третя жанроутворююча ознака.

Адресант і адресат – це мовні особистості, які несуть у собі, з одного боку, типізовані, узагальнені риси свого народу, своєї культури, а з іншого боку – особистий досвід знань, думок, уподобань, оцінок, відносин. Адресант прогнозує в адресаті певний образ, орієнтуючись на який він використовує загальний фонд знань, загальну апперцепційну базу, обирає тематичний пласт.

Наступні конститутивні ознаки МЖ пов'язані з місцем жанру в ланцюзі мовного повідомлення, яке розігрується за певним «сценарієм» – це образ минулого і образ майбутнього. Для МЖ суттєві попередній і наступний епізоди спілкування. Образ майбутнього передбачає подальший розвиток мовних подій, що втілюється в появі інших МЖ.

Розглянуті вище жанроутворюючі ознаки мають власне мовну природу, вони звернені до умов і учасників спілкування. Наступна жанроутворююча ознака – диктум, або тип диктумного (подієвого) змісту, звернений до позамовної дійсності.

Виявляється ціла серія ознак, важливих для відбору диктумної інформації при формуванні МЖ: характер актантів диктумної події, відносини актантів і учасників мовлення.

Останнім із семи параметрів є формальна організація або мовне втілення МЖ відповідно до умови просування від задуму до втілення, тобто з позицій автора. З позицій же адресата мовне втілення повинно починати характеристику МЖ, оскільки це перше, що "отримує" адресат, з чого він вичитує інформацію про автора, його комунікативні наміри, минуле та плановане майбутнє жанру.

Для моделі МЖ важливо побачити його мовне втілення як спектр можливостей, лексичних і граматичних ресурсів жанру. У цьому спектрі можна позначити деякі полюси: клішованість і індивідуальність, мінімальність і максимальність словесного вираження.

МЖ може мати певну шкалу експліцитності – від імпліцитного прояву до словесного вираження всіх моментів, включаючи пресупозитивні.

Говорячи про ієрархію жанроутворюючих параметрів МЖ, треба сказати, що лінгвістично найбільш важливий саме параметр мовного втілення, всі інші параметри тільки впливають на нього. Створити детальний опис мовного втілення МЖ – означає представити його портрет. При цьому аналогічно тому як у синтаксисі поряд з поняттям моделі речення існує поняття його регулярної реалізації, стосовно моделі МЖ може бути запропоновано поняття регулярної реалізації МЖ, які будуть відрізнятися насамперед за сферами спілкування. На основі первинних МЖ повсякденної сфери спілкування формуються системи вторинних МЖ, склад і специфіка мовного оформлення яких визначається характером сфери інституційного спілкування.

Отже, модель опису МЖ включає сім основних параметрів, перше місце серед яких відводиться комунікативній меті, далі аналізуються дві пари симетричних ознак, співвідносних з автором і адресатом, попереднім і наступним епізодами спілкування, які диференціюють МЖ з одного типу комунікативною метою, параметр диктумного змісту вносить обмеження у відбір інформації про світ і вносить диференціації більш приватного характеру.

Ці шість параметрів стосуються реалій дійсності та спілкування, тоді як параметр мовного втілення прямо виводить МЖ у простір мови з його найскладнішою диференціацією мовних засобів за вимогами мови.

Інші автори-жанрознавці пропонують моделі МЖ. Наприклад, Станіслав Гайда виділяє такі жанроутворюючі ознаки: комунікативні параметри з їхніми суспільними, біологічними та мовними властивостями; просторово-часові умови протікання комунікації; область суспільного життя, до якої належить акт мовної комунікації; тему комунікації; канал зв'язку; ступінь офіційності; інтенції відправника.

На те, що поняття моделі є центральним концептом теорії мовленнєвих жанрів (ТМЖ), вказує Станіслав Гайда. Він пише про загальне для сучасного жанрознавства розуміння мовленнєвого жанру як типової моделі породження тексту в типових ситуаціях. Дає визначення МЖ як «структурної моделі мовленнєвого спілкування у вигляді типової послідовності мовленнєвих ходів». Ян Мінбо пропонує ієрархію моделей, що належать до різних рівнів абстракції текстової діяльності. Визначає жанри як відносно стійкі тематичні, композиційні та стилістичні типи текстів. Поняття моделі фігурує в концепції С. Гайди, який розрізняє жанр як елемент дійсності, факт суспільної свідомості та інструмент наукового опису. С. Гайда визначає жанр як «культурно та історично оформлений, суспільно конвенціоналізований спосіб мовної комунікації; зразок організації тексту. По-друге, цей термін також означає сукупність текстів, у яких певний зразок є актуалізованим, реалізованим».

Поряд з поняттям моделі дослідники мовленнєвих жанрів розглядають мовленнєву подію, типову ситуацію, для якої характерне використання тих чи інших жанрів мовлення. Жанри – це «реально притаманні мовленнєвій компетенції носіїв мови зразки (моделі) говоріння і письма».

Ян Мінбо вважає за необхідне розглядати жанри мови в безпосередньому зв'язку з комунікативною ситуацією, оскільки адекватна комунікація повинна будуватися відповідно до особливостей ситуації та характеру відносин між партнерами комунікації.

На важливість комунікативного контексту при виділенні МЖ і побудові їх типології вказує М.В. Китайгородська. Серед висунутих ними теоретичних передумов знаходимо твердження про те, що «жанри, реалізуючись у певних комунікативних ситуаціях, співвідносяться з КА (комунікативним актом) і є його текстовим втіленням». Типологія жанрів мови повинна, на їхню думку, базуватися на типології ситуацій. Певному типу ситуації відповідає свій набір жанрів, які відрізняються жанровиділяючими ознаками. Завданням дослідників є «з усього набору параметрів КА вибрати ті, які є жанровиділяючими». Весь комплекс ознак, що характеризують КА, дослідниці групують за чотирма основними параметрами, які формують будь-яку комунікативну ситуацію: час, місце, партнери комунікації, тема.

Співвідносячи поняття жанру з такими загальними формами осмислення світу, як ситуація, подія, вчинок, виходить з ідеї єдності комунікативної та некомунікативної людської діяльності. Він пов'язує категорію жанру з категорією ситуації як форми, структури події і доходить висновку, що «імена мовленнєвих жанрів утворюють в мові особливу лексичну групу, єдність і внутрішня організація якої визначаються закономірними відносинами сторін і компонентів людської діяльності як цілого».

РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ЖАНРИ ДІЛОВОЇ МОВИ В СКМ: ЛІНГВІСТИЧНА ТА КОМПОЗИЦІЙНА ХАРАКТЕРИСТИКА

2.1 书信 shūxìn кореспонденція, переписка.

Зазвичай листи (в тому числі запрошення) включають в себе п'ять частин: 1) Звернення. Пишеться починаючи з лівого поля сторінки без відступу. Після звернення ставиться двокрапка. 2) Основний текст. Починається з другого рядка з подвійним відступом, починаючи з наступного рядка без відступів. Може складатися з кількох абзаців. 3) Заключна частина. Якщо закінчення основного тексту припадає на початок рядка, то можна написати “此致”/“祝” (початок побажання/привітання) тут же; в іншому випадку “此致”/“祝” пишеться в наступному рядку з двома або чотирма відступами на початку рядка. Потім у наступному рядку без відступу пишеться власне побажання (祝颂语). 4) Підпис. Зазвичай ставиться у другій половині рядка, наступного за заключною частиною, тобто ближче до правого поля листа. 5) Дата. Пишеться в наступному за підписом рядку біля правого поля у форматі рік-місяць-день.

Запрошенню, додатково до вищезазначених особливостей, властиве ввічливе зазначення на точне місце і час проведення заходу. 请柬 запрошення служить повідомленням з приводу зборів, різного роду заходів, а також з нагоди знаменних дат. Зазвичай містить мовні штампи, стійкі звороти: 敬请莅临 – шанобливо просимо завітати, 敬候光临 – шанобливо очікуємо вашого прибуття, 欢迎 – ласкаво просимо.

Крім того, необхідно правильно підписати конверт. Необхідно точно вказати поштовий індекс і адресу отримувача. Звернення до отримувача, ім'я та прізвище отримувача пишуться в центральній частині конверта. Не слід писати звернення такого роду, як «шановні батьки», «сестра» і т.д. Поштову адресу та індекс відправника повинні бути записані без неточностей. Якщо лист рекомендований, необхідно також вказати прізвище та ім'я відправника.

2. 启事 qǐshì оголошення.

启事 “оголошення” представляє собою діловий документ, за допомогою якого установа (підприємство) або окрема особа повідомляє про щось для загального відома.

Наприклад: 迁移启事 оголошення про зміну адресата, 创刊启事 оголошення у зв'язку з виходом першого номера періодичного видання, 更名启事 оголошення про зміну імені, назви.

Оголошення пишеться наступним чином: посередині першого рядка розташовується заголовок, наприклад «Конкурс на найкращу статтю». Основний текст починається після подвійного відступу у другому рядку. Після основного тексту в наступному рядку біля правого поля ставиться підпис, під нею - дата. Особливу увагу при написанні оголошення слід звертати на точність зазначених дати, часу, контактних даних. Водночас слід уникати зайвої деталізації, наприклад, в оголошенні про знахідку не варто детально описувати річ, щоб уникнути її передачі «помилковому власнику» – шахраю.

3. 通知 tōngzhī повідомлення, сповіщення.

通知 повідомлення—діловий документ, який широко використовують партійні та урядові органи, установи та підприємства для оповіщення широких мас населення. Іноді, вказується назва установи (підприємства), що надсилає повідомлення або повідомляється, з якого приводу зроблено повідомлення.

Наприклад: 人民公社革委会通知— повідомлення революційного комітету народної комуни, 关于召开植树造林会议的通知 – повідомлення про скликання наради з питань озеленення.

Звичайна форма написання оповіщення/повідомлення/увідомлення така: посередині першого рядка пишеться слово “通知”. У другому рядку без відступу вказуються особи, яких повідомляють (можна опустити, якщо в основному тексті буде чітко визначено коло оповіщуваних), потім ставиться двокрапка. У наступному рядку після подвійного відступу починається основний текст. Якщо обсяг тексту досить великий, його слід розбити на абзаци з метою полегшення читачеві розуміння основних положень. Підпис ставиться після основного тексту в наступному рядку біля правого поля, під підписом – дата.

4. 电报 diànbào телеграма.

Телеграма. На спеціальному бланку відповідно до вимог заповнення вписуються по пунктах прізвище та ім'я отримувача, його адреса. У тексті телеграми зазвичай не використовуються відступи, звернення, знаки пунктуації. Підпис ставиться відразу після основного тексту, можливе використання зрозумілих адресату скорочень. Як правило, використовуються арабські цифри, за щільністю написання одному ієрогліфу відповідає чотиризначне число (максимально). Текст повинен бути лаконічним, але зрозумілим, скорочення не повинні бути надмірними і не повинні викликати неправильне тлумачення або призводити до двозначності сенсу.

5. 新闻 xīnwén новини; відомості; хроніка.

Існує безліч різновидів у жанрі новин/хроніки, нижче розглядається замітка (коротка новина): 1) заголовок в узагальненій формі містить основну ідею замітки. 2) У вступі в найбільш короткій формі викладено основний зміст. 3) Вимоги до змісту основної частини – конкретність, ясність викладу, детальність і достовірність, чітка послідовність. 4) У висновку підводиться короткий підсумок замітки. У деяких замітках заключна частина може бути відсутня.

6. 广播稿 guǎngbōgǎo стаття (текст) для передачі по радіо.

Тексти для радіотрансляцій не мають структурних відмінностей від текстів статей з преси. Необхідно, однак, виходити з вимог ефективного впливу на слухачів, має використовуватися загальнодоступна мова (книжна мова змінюється розмовною, а веньянь замінюється на байхуа); необхідно обмежити використання омонімів, а також звертати увагу на правильне читання з урахуванням пунктуації, щоб уникнути можливого неправильного розуміння тексту, яке часто трапляється при сприйнятті на слух.

7. 申请书 shēnqǐngshū заява; прохання, петиція.

Мета автора - отримання санкції вищої інстанції шляхом звернення до відповідної інстанції з певного роду конкретним, чітко сформульованим проханням. Прохання повинно бути аргументованим. Приблизна структура така: 1) У заголовку об'єднані функції передачі підстави звернення і назви цього документа, наприклад “入团申请书” – «Прохання про прийняття до Союзу Молоді». 2) В основному тексті

містяться причини звернення (включаючи виклад обставин прохача, що мають відношення до питання), виклад вимоги/прохання і доводи. 3) У заключній частині вказується прохач і дата звернення. При написанні такого роду ділового документа важлива точність фактів, відображення активної позиції прохача, емоційний вплив на адресата, достатня аргументованість.

8. 说明书 shuōmíngshū пояснювальний текст; інструкція (з експлуатації).

Основна вимога до інструкції з експлуатації полягає в тому, що опис товару має бути всебічним і водночас акцентованим на найважливіших характеристиках. Обов'язкові об'єктивність, точність, стислість, доступність розумінню; тут недоречно прагнення до жвавості та квітчастості літературного стилю, які спотворять факти і призведуть до неправильного розуміння.

Розглянемо детальніше жанр ділового листування.

Мова ділового листування являє собою периферію офіційно-ділового стилю [10, с.22].

Стандартний діловий лист китайською мовою друкується на власному бланку організації, як правило, формату А4. На бланку з лівого боку бажано залишити 3-4 см (для підшивання в папку). Відступ від правого краю сторінки не регламентований. Ширина верхнього та нижнього полів повинна бути однаковою і становити не менше 2 см. Текст розташовується тільки на лицьовій стороні листа. При малому обсязі тексту доцільно розташовувати його ближче до середини сторінки. При великому обсязі листа сторінка нумерується [3, с.26].

Необхідні реквізити ділового листа: найменування та адреса отримувача і відправника, реєстраційний номер, дата і місце написання, посилання на зміст листа, вступне звернення, початкові та заключні фрази, підпис, печатка і безпосередньо основний текст.

Заголовок листа обов'язково містить повне найменування організації-відправника та її офіційну адресу.

Якщо організація має партнерів за кордоном, то перелічені відомості додатково вказуються англійською мовою.

中国华南贸易公司

Коли укладач листа вперше звертається до адресата, використовують кліше 现回信如下 (Цим листом повідомляємо Вам...).

Основний текст є смисловою частиною ділового листа. Текст одноаспектного листа зазвичай складається з трьох частин: вступної, де позначається проблема; основної та заключної, де робляться висновки і віддаються розпорядження щодо вирішення існуючої ситуації. Для зв'язку між частинами існують вступні вирази: 您在来函中称.....У вашому листі Ви заявляєте, що...;必须承认.....Необхідно визнати, що...; 我们不同意您的看法, 因为.....Ми не згодні з Вашою точкою зору з наступних причин...; 在目前情况下.....В нинішній ситуації...; 鉴于上述.....У зв'язку з вищевикладеним...

Якщо лист багатоаспектний, то для переходу до обговорення інших проблем існують вирази: 同时我们想提醒您.....Одночасно хотіли б нагадати, що...; 此外....., 再则.....Окрім вищесказаного..., більше того,...; 补充上述.....На додаток до вищесказаного...; 顺便提醒您.....Користуючись можливістю, нагадуємо, що...; 至于您的请求..... (订货, 要求)Щодо Вашого прохання (замовлення, вимог)...

Заключна фраза є логічним завершенням ділового листа. Найчастіше в заключній фразі виражають надію на отримання відповідного листа, напр.: 急待贵方复函 3 нетерпінням чекаємо Вашої відповіді.

Часто в заключній фразі виражають надію на подальшу плідну співпрацю, напр.: 希望这是长期互利互惠关系的良好开端 Сподіваємося, що це є хорошим початком довгострокових взаємовигідних відносин.

У листах, що представляють собою прохання, комерційний запит тощо, прийнято в заключенні заздалегідь висловити подяку за витрачений час і зусилля: 致以谢意 Заздалегідь дякуємо Вам.

У випадку, коли йдеться про відмову, неприємні новини тощо, може використовуватися наступне формулювання: 望见谅 Приносимо вибачення (за завдані незручності).

Формулювання ввічливості – це загальноприйнятий мовний штамп для завершення ділового листа китайською мовою. Найбільш поширеним формулюванням ввічливості є 此致敬礼 з повагою.

Вказівка на додаток - пишеться під печаткою (необов'язковим реквізитом) з лівого боку без червоного рядка. Вказується перелік і кількість документів-додатків. Посилання на додатки вводиться словом 附件, після чого ставиться двокрапка.

Значні відхилення від наведеної вище структури ділового листа відбуваються при листуванні на менш офіційному рівні, наприклад, між давно знайомими партнерами по бізнесу, або в випадках, коли для зв'язку використовується електронна пошта.

Усі листи за структурною ознакою поділяються на регламентовані (стандартні) та нерегламентовані (нестандартні). Регламентований лист вирішує типові питання регулярних економіко-правових ситуацій. Нерегламентований діловий лист відображає нестандартну ситуацію, представляючи собою авторський текст, що реалізується у вигляді формально-логічного оповідання.

Китайські лінгвісти часто використовують як підставу для класифікації рівень інстанції, до якої направляється лист (вищий; рівний; нижчий).

За функціональною ознакою виділяють листи, що потребують відповіді, і листи, що не потребують відповіді.

За ознакою адресації листи можна поділити на звичайні та циркулярні (направляються з однієї організації на кілька адрес, як правило, підпорядкованих).

Основною ознакою класифікації визнають тематичну ознаку, оскільки цей спосіб класифікації визначає форму листа, а також мовні формулювання (стандартні вирази та конструкції)[3, с.40], що використовуються в ньому. Відповідно до цієї ознаки виділяють такі тематичні напрями в діловому листуванні організації:

- Листи інформаційно-довідкового характеру;
- Комерційне листування;
- Етикетні листи.

До листів інформаційно-довідкового характеру належать такі види листів, як супровідний, рекламний, директивний, лист-підтвердження, лист-скарга, циркуляр, інформаційний лист (підвиди: лист-повідомлення, лист-нагадування, лист-прохання).

Супровідний лист (送件函) складається для повідомлення адресату про направлення в його адресу документів/матеріальних цінностей. Воно виконує функцію контролю, не даючи жодного конкретного фінансового результату. Обов'язковим реквізитом для такого роду листів є додаток, де перелічені супроводжувані матеріальні цінності.

Лист-повідомлення (通知信) необхідний для повідомлення ділових партнерів про якісь події, що становлять взаємний інтерес. Такі листи повинні відправлятися своєчасно, тому багато компаній відправляють ці відомості факсом або використовуючи e-mail.

Лист-підтвердження (确认信) повідомляє про отримання надісланих відправником документів, матеріальних цінностей або дає підтвердження телефонної розмови, під час якої було прийнято ряд важливих рішень.

Після початкової фрази в листах-підтвердженнях слід викласти коротко зміст документа, на який посилаються. У другій частині повідомляють про дії, до виконання яких спонукало отримане лист.

Лист-прохання (请求信) за структурою нагадує заяви до різного роду установ. У першій частині листа, як правило, пояснюються причини звернення з проханням до адресата, у другій частині безпосередньо викладається прохання. Листи-прохання можуть писатися від першої або від третьої особи. Останній варіант оформлення прохання характерний найчастіше для листів, спрямованих до вищих інстанцій.

Рекламний лист (文字广告) містить інформацію про надану продукцію або про можливість надання того чи іншого виду послуг. Рекламні листи найчастіше розсилаються постійним діловим партнерам при появі нової продукції або послуги.

З лінгвістичної точки зору рекламний лист є найменш регламентованим видом ділових листів, яким властива жива виразна мова. Єдине, що є спільним для рекламних листів, - це наявність реквізитів зворотного зв'язку.

Комерційне листування служить засобом вирішення питань матеріально-технічного постачання та збуту продукції. Усі подібні листи мають правову силу і є невід'ємною частиною будь-якої фінансової угоди.

Види комерційних листів: листи-запити, листи-пропозиції, листи-рекламації та відповіді на них, а також гарантійний лист.

Лист-запит (询价函) входить до групи контрактних документів і використовується в операціях з підготовки та укладення угоди. Цей вид листа являє собою звернення особи, яка бажає укласти угоду (покупця до продавця, імпортера до експортера), з проханням надати детальну інформацію про товар, надіслати каталоги, прейскуранти, зразки або направити власні пропозиції щодо постачання. У вступній частині листа викладається суть проблеми, а в заключенні – питання, на які відправник хотів би отримати відповідь адресата. Стандартною стійкою конструкцією, що містить запит, є наступна: 请向我方发出.....的报价 Просимо зробити нам пропозицію на...товар.

Лист-пропозиція, оферта (发价信), є офіційним документом, що має юридичну силу, в якому викладено бажання продавця укласти угоду на постачання товару на певних умовах. Існує два види листів-пропозицій: лист-відповідь на запит і власна комерційна пропозиція без попередньої домовленості. У першому випадку в листі обов'язкове посилання на первинне джерело (напр., 关于你们.....的来函 У зв'язку з Вашим листом...)

Гарантійний лист (保证书) складається з метою підтвердження певних зобов'язань або умов. Гарантії вкрай рідко бувають складовою частиною іншого листа. З моменту підписання лист набуває правової сили. У разі невиконання своїх зобов'язань, відправник може бути притягнутий до судової відповідальності. Поряд з підписом відповідальної особи та печаткою підприємства, обов'язковим реквізитом гарантійного листа є заголовок «Гарантійний лист». Лист зазвичай складається з двох частин: вираження прохання та прийняття на себе зобов'язань.

Етикетні листи включають в себе такі види листів, як привітання, вітання, запрошення, вибачення, співчуття, подячні, рекомендаційні листи. У повсякденному

діловому спілкуванні для китайців цей вид листів відіграє величезну роль. Етикетні листи є найменш офіційними за стилем викладу з усіх вище розглянутих листів. Відмінною особливістю етикетних листів є особистий характер викладу. Ввічливе звернення 贵方, яке є нормою для всіх інших видів листів, в етикетних листах найчастіше замінюється на особистий займенник другої особи 您. Подібні листи найчастіше адресовані персонально людині, а не організації в цілому.

Лист-привітання (祝贺信) складається з метою привітати ділових партнерів з якимось святом або подією. У вступі до привітань зазвичай повідомляється, що стало приводом написання цього листа і, якщо необхідно, від кого ці новини отримані. Серед найбільш поширених побажань діловим партнерам можна відзначити наступні: 生意兴隆 процвітання в бізнесі; 合作愉快 вдале співробітництво; 财源茂盛 фінансове благополуччя.

У заключній частині листа замість стандартної ввічливої формулювання «З повагою» також можуть використовуватися різні побажання. У кінці побажання найчастіше ставиться знак оклику: 祝

贵公司生意兴隆!

Бажаємо Вашій фірмі процвітання в бізнесі!

Лист-запрошення (邀请信) повідомляє про проведення різного роду заходів і запрошує адресата взяти участь у них. Цей вид листів є єдино можливим офіційним способом запросити гостей.

В основній частині запрошення повинні бути вказані порядок денний, цілі заходу, час і місце проведення. Обов'язковим атрибутом є вказівка імені людини, відповідальної за проведення заходу, та його контактний телефон.

Одним із різновидів листів-запрошень є пропозиція про обмін делегаціями з метою проведення переговорів або обміну досвідом.

Лист-подяка (感谢信) часто містить додаткові формулювання ввічливості, оскільки є виразом глибокої поваги до партнера. Китайці надають велике значення цьому виду етикетних листів. У старому Китаї отримувачі подячних листів,

складених на особливому бланку і за строго визначеною формою, вішали їх на стіну для загального огляду як свідчення високого рівня роботи.

Лист-вибачення (道歉信) належить до групи інформаційних листів. Існує два види таких листів: перший – коли з вини автора відбувається зміна зобов'язань/домовленостей, що призводить до порушення умов контракту; другий – відмова автора від запиту адресата, напр., неможливість виконати прохання, поставити товар тощо. У будь-якому випадку в основному тексті листа повинна бути викладена суть проблеми, вказані причини непорозуміння та принесені вибачення. Лист-вибачення має бути своєчасним.

Ключовою конструкцією, що виражає вибачення, є 为.....向.....表示歉意 приносити вибачення кому-л. за що-л.

Як заключна фраза може бути ще раз принесено вибачення або використаний наступний штамп: 敬请注意我方的解释 Ми просимо прийняти до уваги наші пояснення.

Рекомендаційний лист (介绍信) рекомендує співробітника компанії перед керівництвом організації партнера. Подібний вид листів особливо важливий для співпраці з китайськими діловими партнерами, оскільки через особливості менталітету вони віддають перевагу мати справу тільки з людьми, з якими знайомі особисто, або з тими, хто був представлений третьою стороною, що має високу репутацію серед партнерів.

На початку листа дається коротка характеристика людини, вказується його посада та коло покладених на нього обов'язків. За структурою цей лист збігається з листом-проханням, оскільки по суті рекомендаційний лист є проханням про надання потужної допомоги та підтримки з боку адресата при виконанні якихось доручень.

Стійкою конструкцією рекомендаційних листів є вираз 十分高兴地向您介绍..... З радістю хочу представити Вам...

ВИСНОВОК

У своїй роботі ми розглянули поняття мовного стилю та офіційно-ділового стилю китайської мови і відзначили характерні риси офіційно-ділового стилю китайської мови. Мовний стиль - різновид мови, закріплений у даному суспільстві традицією за однією з найбільш загальних сфер соціального життя і частково відрізняється від інших різновидів тієї ж мови за всіма основними параметрами — лексикою, граматиною, фонетикою. Офіційно-діловий стиль виділяється серед інших функціональних стилів мови своєю стабільністю, традиційністю, замкнутістю і стандартизованістю.

При аналізі жанрів офіційно-ділового стилю СКМ ми спиралися на класифікацію китайського лінгвіста 吴礼权(У Ліцюань). Ми дізналися, що жанрова система офіційно-ділового стилю СКМ різноманітна і розглянули основні жанри, що увійшли до вищезазначених класифікацій.

Ми дійшли висновку, що жанр ділового листування є найбільш зручним для ілюстрації на його прикладі лінгвістичних особливостей жанру офіційно-ділової мови СКМ.

У своїй роботі ми підтвердили практичне значення вміння орієнтуватися в сучасній жанровій системі офіційно-ділового стилю СКМ. Через свою замкнутість і клішованість офіційно-ділова мова вимагає неухильного дотримання специфічних чітких норм для досягнення мети комунікативного акту. Практичне оволодіння зазначеними нормами є необхідним для широкого кола осіб від спеціалістів-синологів до бізнесменів.

注释

语言最重要的功能是交际功能。主体的言语行为，以及相应的文体手段的使用，是由设定的目标、交际领域和实现交际的条件决定的。现代汉语的正式商务文体（以下简称“商务文体”）的特殊性决定了它在语言文体中的独立性。现代汉语的正式商务文体是严格规范的，同时，基于几百年的传统，它保留了基于几百年的传统，它保留了古代文言文的元素。上述因素因素，再加上中国经济的飞速发展，中国人对掌握不同流派的商业语言的需求很高。

上述因素，再加上中国经济的快速增长，都说明了掌握不同流派商业风格的单片机的需求

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. http://mirslovari.com/content_bes/zhanr-20837.html – 21.05.12.
2. Ян Мінбо. <http://www.twirpx.com/file/311386/> – 15.04.2005.
3. <http://tieba.baidu.com/f?kz=255323946> – 21.05.12.
4. <http://wenku.baidu.com/view/b0115ae8b8f67c1cfad6b8ff.html> – 21.05.12.
5. <http://wenku.baidu.com/view/efa68b240722192e4536f6b0.html> – 21.05.12.
6. <http://wenku.baidu.com/view/9949d546b307e87101f69669.html> – 21.05.12.
7. http://www.qfsky.com/article/xiezuozhishi/article_74426.html – 21.05.12.
8. <http://zhidao.baidu.com/question/100070985.html> – 21.05.12.
9. <http://zhidao.baidu.com/question/129601293.html> – 21.05.12.
10. <http://zhidao.baidu.com/question/240646141.html> – 21.05.12.
11. <http://zhidao.baidu.com/question/346418441.html> – 21.05.12.
12. 现代汉语修辞学/ 吴礼权著. – 上海 : 复旦大学出版社, 2006. – 453 页。