

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

Курсова робота  
з китайської філології  
на тему:

**ОМОНІМІЯ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ:  
СТРУКТУРНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ**

Студентки групи ЗПкит28-20  
факультету східної і слов'янської філології  
заочної форми здобуття освіти  
Освітньої програми:  
Східна філологія: китайська мова і література,  
переклад, методика навчання  
Спеціальності 035 Філологія  
Спеціалізації 035.065 Східні мови та літератури  
(переклад включно), перша – китайська  
**Москаленко Ольги Олександрівни**

Науковий керівник: **викл. Нижегородцева А. О.**

Національна шкала	_____
Кількість балів	_____
Оцінка ЄКТС	_____

Київ 2024

## ПЛАН

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ ОМОНІМІЇ У САУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ СТУДІЯХ</b> .....	6
1.1. Загальна характеристика омонімії в аспекті китайської мови .....	6
1.2. Класифікація омонімів в китайській мові .....	9
1.3. Джерела походження омонімів в китайській мові.....	12
<b>Висновки до розділу 1</b> .....	18
<b>РОЗДІЛ 2. ОМОНІМІЯ У КИТАЙСЬКІЙ МОВІ: ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ</b> .....	20
2.1. Особливості використання омонімів в китайській мові .....	20
2.2. Омони́ми як інструмент створення рекламних слоганів в китайській мові ....	26
2.3. Методи подолання омонімії.....	32
<b>Висновки до розділу 2</b> .....	35
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	37
<b>АНОТАЦІЯ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ</b> .....	40
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	42

## ВСТУП

Омоніми, синоніми і антоніми мають свої спільні та відмінні риси як за значенням, так і за формою мовного вираження. Омоніми – це слова, що однакові за звучанням, але різні за значенням, в той час як антоніми – це слова, різні як за значенням, так і за звучанням.

У китайській мові лексичні омоніми це слова, які мають однакове звучання, а іноді і написання, але різні за значенням: 同音词 *tóngyīncí*, 同音异义词 *tóngyīnyì yìcí* (Козоріз, 2011, с. 25). Однак, важливо зазначити, що "однакове звучання" означає не лише ідентичний склад фонем, але й однаковий етимологічний тон. Таким чином, омонімами є лише ті слова, що мають однаковий звуковий склад і той же музичний тон. Тим не менш, при сприйнятті на слух, можна помилково вважати за омоніми слова, які мають різний тон.

**Актуальність дослідження.** Питання омонімії є важливим у лінгвістиці через його широке поширення в майже усіх мовах. Це явище надає мовам більшої експресивності, але ускладнює вивчення іноземцями. Омонімія виявляється не лише в лексико-семантичному полі, а й у словотворчому та граматичному аспектах.

Китайська мова, зокрема, відома своєю високою омонімічністю, зумовленою її фонетичною організацією. Тому багато відомих лінгвістів, зокрема сходознавців, вивчали омонімію в китайській мові, проте їхні погляди не завжди збігаються. Зокрема, це Кірносова, Козоріз, Ван Хайянь, Лі Депін, Хуан Шу-Ін. Це пояснюється тим, що омонімія є предметом різних трактувань і підходів у лінгвістиці. Така різноманітність підходів підтримує актуальність вивчення цього явища.

Хоча багато лінгвістів досліджували омонімію, деякі аспекти залишаються нез'ясованими, такі як її джерела, критерії розмежування типів омонімів та загальні закономірності розвитку. Це також підкреслює актуальність дослідження.

**Об'єктом дослідження** роботи є явище утворення омонімів в сучасній китайській мові.

**Предметом дослідження** – структурні та функціональні особливості омонімів у китайській мові.

**Метою дослідження** є аналіз структурних та функціональних аспектів явища омонімії в сучасній китайській мові.

Для досягнення цієї мети поставлено такі **завдання**:

- проаналізувати поняття омонімії у сучасній китайській мові;
- проаналізувати класифікацію омонімів та їх розподіл по лексичних групах, які вони утворюють;
- встановити джерела омонімії та особливості поповнення омонімії шляхом словотворчих процесів;
- проаналізувати методи використання омонімів в китайській мові носіями мови;
- дослідити методи запобігання омонімії носіїв мови.

**Методом** дослідження є порівняльний аналіз мовного матеріалу китайської та української мов, метод суцільної вибірки та метод аналізу словникових дефініцій.

**Матеріали дослідження.** Під час виконання дослідження було досліджено 10 рекламних слоганів китайською мовою.

**Теоретичне значення** дослідження полягає у підвищенні рівня володіння китайською мовою під час проведення навчального процесу, урізноманітнення матеріалів вивчення та викладання китайської мови досліджуваного об'єкту.

**Практичне значення** полягає в тому, що отримані результати дослідження можливо використати для подальшого вивчення явища омонімії та методів її використання в китайській мові, а також при укладанні методичних матеріалів для курсів з китайської мови та практичного курсу перекладу.

**Наукова новизна** полягає в тому, що явище омонімії дістало подальший розвиток у контексті його визначення, класифікації та джерел походження; уперше було проведено використання омонімів у маркетингових стратегіях.

**Обсяг і структура роботи.** Робота складається зі вступу, 2 розділів, кожний з яких містить 3 підпункти, висновків, анотації іноземною мовою. Загальна кількість сторінок – 42, загальна кількість джерел – 16.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ ОМОНІМІЇ У САУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ СТУДІЯХ

#### 1.1. Загальна характеристика омонімії в аспекті китайської мови

Омонімія, що походить з грецького слова "homonymia", означає однакове звучання, але різні за значенням мовні одиниці. Це явище універсальне і притаманне майже кожній мові світу.

Омоніми – це слова, які мають спільне звучання та іноді написання, але різне значення. При цьому важливо враховувати не лише ідентичний склад фонем, а й однаковість етимологічного тону.

Загалом, визначення омонімів може варіюватися, але загалом омонімами вважаються слова, які повністю або частково співпадають за звучанням, написанням та значенням. Важливо зазначити, що омонімами вважаються лише слова, що мають однаковий звуковий склад та навіть музичний тон. Однак при слуховому сприйнятті можна помилково вважати за омоніми слова, які мають різний тон. Існує також визначення, що омонімами є слова, які співпадають за звучанням та іноді за написанням, але різняться за значенням.

Отже, загалом омонімами є слова, між якими присутній певний збіг в звучанні та написанні їх транскрипції, однак значення таких слів не пов'язане одне з одним.

Загалом, фонетична структура китайської мови характеризується невеликою кількістю складів, близько 400, та понад 1600 тонованих варіантів. Ця особливість мови спричиняє поширення омонімії, коли однакові звуки можуть мати різні значення. Внаслідок цього в китайському суспільстві виникали специфічні асоціації, які в подальшому стали неот'ємною частиною китайської культури та традицій.

У китайській мові омонімія (кит. 同音 tóngyīn), або однойменність, є розповсюдженим явищем, яке виявляється як у односкладових, так і у двоскладових лексичних одиницях, однак переважають перші. Більшість лексичних омонімів у цій мові мають різне написання, що дозволяє їх легко розрізняти. Ті, що мають спільну форму написання, становлять окрему категорію – омографи.

В китайській мові існує довга традиція вивчення омонімів. Думки дослідників з окремих питань омонімії дещо розходяться. Такі вчені, як Чжоу Цумо (2006, с. 31) і Ге Беньї (1985, с. 123), вважають, що омоніми – це слова, які однакові за вимовою, але повністю відмінні за значенням. Чжан Юнянь (1982, с. 115), Сунь Жуцзянь (2003, с. 194) і кілька інших вчених вважають, що різниця у значеннях не є обов'язковою умовою для омонімів. Крім того, існує ще одна точка зору: китайські лінгвісти У Цічжу (2003, с. 217), Ван Цінь й У Чжанькунь (1983, с. 153) розглядають ідентичну вимову як єдину умову омонімів, не враховуючи при цьому їхні семантичні відносини.

Поняття омонімії учені поділяють на дві категорії (Кірносова, 2010):

1. Повна лексична омонімія означає, що слова належать до однієї частини мови і схожі за різними формами (наприклад, іменники, відмінки, числа та роди). Наприклад, "ключ" для дверей, "ключ" для води або ручника. Приклад у китайській мові: 心 xīn має значення "серце" та 锌 xīn має значення "цинк", тобто слова мають різне значення й належать до одної частини мови.

2. Неповна (або часткова) лексична омонімія відноситься до явища, коли слова однієї частини мови не співпадають у всіх формах. Прикладом цього явища українською є слово "завод". У першому випадку воно означає певну організацію або підприємство, а у другому – спосіб активації механізму. При спробі утворення множини можна помітити відмінність у формі цих омонімів: у першому випадку це можливо (авіаційні заводи), а в другому випадку форма множини не існує. Неповні лексичні омоніми також включають багато дієслів, що мають однакову вимову та написання, наприклад, в українській мові це "закапувати" – недосконала форма дієслова "закапати" (ліки у ніс), а "закапувати" – відмінність дієслова "закопати"

(кладка у землю). В китайській мові неповна лексична омонімія виражена у таких словах, як: 梨 lí – "груша"; 犁 lí – "орати (плугом)". Обидва слова вимовляються однаково, але мають різні значення та належать до різних частин мови.

Омоніми в китайській мові поділяють на три групи: омоніми, омофони та омографи:

1. Повні омоніми (同音同形词 *tóngyīn tóngxíng cí*) – це слова, які мають однакове написання і вимову (включаючи ініціал, фіналь і тон), але різні значення. Приклади:

- 词 cí має значення "слово", "мова" (мовна одиниця) і значення 词 cí "літературна форма", назва древнього поетичного жанру "ци";
- 杜鹃 dùjiān має значення "зозуля" (зоологічний термін) і 杜鹃 dùjiān назва квітки, ботанічний термін "азалія", "рододендрон";
- 管 guǎn 1) "труба"; 2) "керувати"; 3) дієслово-привід "замість" 把 ba.

2. Омографи (同形异义词 *tóngxíng yì yì cí*) – це слова, які мають однакове написання, але різну вимову та значення. Цей тип є досить поширеним, але найчастіше зустрічаються омофони.

Приклади:

- вимовляється як 还 hái "усе ще" і 还 huán "повертати";
- 重 zhòng "важкий" і 重 chóng "знову";
- 长 cháng "довгий" і 长 zhǎng "рости";

3. Омофони (同音异形 *tóngyīn yìxíng* або 等音词 *děng yīn cí*) – це слова, які співпадають за формою в усному мовленні, але пишуться по-різному, тобто співпадають за звучанням, але не співпадають за написанням.

Приклади:

- 班 bān "група" і 斑 bān "пляма, плямистий";
- 八 bā "вісім", і 扒 bā "викопувати", і 笆 bā "плетінка".

У китайській мові найбільш поширений саме цей тип омонімії.



Ще одним явищем, яке варто розглянути, є міжмовна омонімія – слова різних мов мають однакове звучання, але зовсім різне значення. Такі слова також часто називають "фальшивими друзями перекладача". Це явище властиве не лише спорідненим, але й віддаленим мовам. Наприклад, слово 冰淇淋 bīngqílín у китайській мові означає "морозиво", але також існує слово penicillin у англійській медичній термінології. Ці слова можуть призводити до неправильних асоціацій і неправильного розуміння.

Існують два типи міжмовних омонімів: перший – це слова, які мають зовсім різне значення в двох мовах (наприклад, 发展 fāzhǎn – розвиток / українська: фазан (fazan) – вид птахів), а другий – слова, які мають схоже значення з різними відтінками.

На відміну від значень багатозначного слова, які поміщаються в тлумачних словниках, омоніми, будучи різними словами, виділяються в різні словникові статті.

Загалом, зазначене розмаїття омонімів у китайській мові відображає складність її лексики та може становити виклик для навчання мови іноземцями. Слухачам часто складно зрозуміти, яке саме значення правильне серед різних варіантів, що виражені різними частинами мови. Такі труднощі можуть виникати як у слухача, так і у оратора, який старається побудувати висловлення так, щоб його легко було сприйняти. Омнімія також ускладнює вивчення іноземних мов, оскільки часто, зіткнувшись з омонімом, учневі важко розрізнити значення цих слів і абсолютно точно зрозуміти, в яких ситуаціях омонім приймає певне семантичне значення. В процесі їх аналізу можна виявити, що сприймати чужий текст або повідомлення набагато складніше.

## **1.2. Класифікація омонімів в китайській мові**

Для кращого розуміння явища омонімії необхідно провести класифікацію омонімів на різних рівнях, що дозволить краще вивчити їхню природу та використання в мові.

Так, основною та найбільш поширеною є класифікація омонімів в залежності від сприйняття їх усним або писемним мовленням. За цим поділом, існує три типи омонімів (张永言, 1982, с. 115-117):

Лексичні омоніми – це омоніми, що мають однакове граматичне значення, а отже вони є одною частиною мови, але їхні лексичні значення відрізняються.

Прикладом в китайській мові можуть слугувати такі слова, як 水箱 shuǐ xiāng і 水乡 shuǐ xiāng, мають однакове вимовляння і використовуються як іменники. Однак перше слово означає "резервуар для води", тоді як друге - це ідіоматичний вираз, що позначає місце, де є багато річок і озер. Коли китайці використовують цей вираз, вони часто мають на увазі регіон Цзяннань, відомий своїми красивими водними пейзажами та річками, зокрема регіони Шанхаю, Чжэцзян, Аньхой, Цзянси та район краю південніше річки Янцзи в Цзянсу. Термін 水乡 shuǐ xiāng використовується для опису багатьох річок і озер на півдні річки Янцзи та прекрасних водних пейзажів у цих місцях.

Граматичні омоніми – це омоніми, що мають однакове лексичне значення, але належать до різних граматичних частин мови.

Наприклад, розглянемо використання слова 運動 yùndòng, яке може виступати як іменник і як дієслово. Як іменник, 運動 yùndòng перекладається як "спорт" або "фізична активність", наприклад: 健康的生活需要运动 (jiànkāng de shēnghuó xūyào yùndòng) – «здоровий спосіб життя потребує фізичної активності». Як дієслово, 运动 yùndòng означає "рухатись" або "займатися спортом", наприклад: 我每天都运动 (wǒ měitiān dū yùndòng) – «я займаюся спортом кожен день».

Лексико-граматичні омоніми – це омоніми, що мають як різне граматичне, так і різне лексичне значення.

Наприклад, слово 创见 chuàng jiàn може бути іменником, що означає "свіжу, оригінальну ідею", а слово 创建 chuàng jiàn – дієсловом, що перекладається як "створювати, засновувати".

За Кірносовою, існує дещо інша класифікація омонімів в китайській мові (Кірносова, 2010):

Фонетична омонімія – це слова, що пишуться по-різному, але однаково вимовляються.

Наприклад, 石 shí – "камінь", 食 shí – "їжа", 十 shí – "число 10". Також до цього типу належать слова з однаковим звучанням, але різними ієрогліфами, наприклад, 枣 zǎo – "фінік" і 早 zǎo – "ранок".

Графічна омонімія – це коли слова мають однакове написання, але вимовляються по-різному.

Наприклад, 还 hái – "все ще", 还 huán – "повернути", а також слова 重 zhòng – "тяжкий" і 重 chóng – "знову", 长 cháng – "довгий" і 长 zhǎng – "рости".

Повна омонімія – це коли слова мають однакове звучання і написання, але при цьому вони належать до різних частин мови та мають не споріднене значення.

Наприклад, 花 huā – "витрачати" і 花 huā – "квітка".

Ще одним типом класифікації омонімів є за кількістю складів у слові. Отже, омоніми можуть бути одно-, дво- або багатоскладними (Qǐ, 2001, с. 59-60):

Односкладні омоніми, такі як 老 lǎo, що може означати "старий", або "бабуся" в залежності від контексту.

Двоскладні омоніми, наприклад, 分别 fēn bié, яке може значити "розставання, розлука", або "розрізняти, відрізняти" в залежності від контексту.

Багатоскладні омоніми, як 中国话 zhōng guó huà, що означає "китайська мова", та 中国画 zhōng guó huà, що означає "китайське мистецтво живопису".

Вчений Цюй Цзюань також ділить омоніми за формою написання та використаними символами (Qǐ, 2001, с. 59-60):

Ізоморфні омоніми, які мають однакові текстові символи, але різне значення. Наприклад, 大家 dà jiā може означати відомого експерта, благородну сім'ю або звернення до групи.

Частково ізоморфні омоніми, які мають лише деякі спільні текстові символи і різні значення. Наприклад, 移民 уі мін може означати переселенця чи мігранта, а 遺民 уі мін – "людей, які відмовилися обіймати посаду за нової династії".

Гетероморфні омоніми мають, які мають як різні текстові символи, так і різне значення. Наприклад, 元音 уа́п уїп означає "голосний звук", а 原因 уа́п уїп – "причина". Цей тип омонімів часто розрізняють лише за допомогою письма, оскільки звучать вони однаково.

Остання класифікація є традиційною та найбільш популярною серед лінгвістів для поділу омонімів.

Отже, поняття омонімії наразі містить безліч класифікацій в залежності від різних аспектів та характеристик слів, які включаються в зазначене поняття, а єдиної класифікації наразі не існує.

### **1.3. Джерела походження омонімів в китайській мові**

Омоніми також поділяються залежно від їх походження в мові. Існують три основні причини виникнення омонімів: випадкове співпадіння абсолютно різних за значенням слів, мовні процеси та втрата зв'язку між різними значеннями одного слова.

Односкладова лексика може бути омонімічною у силу наступних причин (Козоріз, 2013):

- 1) фонетичні процеси, які мали місце в історії мови;
- 2) розпад полісемії;
- 3) іноземні запозичення;
- 4) словотворчий процес;
- 5) скорочення слів.

Для двоскладної лексики тільки два з перерахованих вище процесів є джерелами омонімії (Козоріз, 2013):

- 1) словотворчі процеси;

## 2) розпад полісемії.

Як ми вже відзначали, найбільше в китайській мові фонетичних омонімів омофонів. Наявність великої кількості омофонів викликано головним чином тим, що його фонетична система нараховує всього 420 складів (з урахуванням тонових розходжень 1328), у той час як слів у ньому кілька десятків тисяч.

Процес утворення омонімів у результаті фонетичних змін спостерігався протягом всієї історії китайської мови. Численні фонетичні процеси, у ході яких спрощувалася структура слова й виникали омоніми, можна звести до трьох груп (Козоріз, 2013):

- 1) зміна системи фіналей;
- 2) зміна складу ініціалей;
- 3) зміна або спрощення тонів.

Для сучасної китайської мови характерно величезна кількість рівнозвучних складів, за допомогою яких вона повинна виражати ту ж кількість змістів, що й будь-яка інша мова, що має багату фонетичну розмаїтість. У результаті виникнення фонетичних процесів за однією звуковою оболонкою закріпилося кілька значень. Вони можуть бути зв'язані між собою, утворюючи систему різних значень одного слова, але можуть бути й не зв'язані між собою, утворюючи омоніми.

Приведемо приклади омонімів, які утворилися в результаті дії різних фонетичних процесів:

- 代 dài "епоха" і 貸 dài "позичати" (спочатку мали різні ініціали);
- 天 tiān "небо" і 添 tiān "збільшувати" (спочатку мали різні кінцеві приголосні);
- 后 hòu "останній" і 候 hòu "очікувати" (спочатку були різного тону).

Омоніми виникають також у результаті розпаду полісемії, тобто в результаті розподілу одного слова на два. У багатозначному слові всі його значення так чи інакше зв'язані один з одним, залежать одне від іншого, "переходять" одне в інше. Але може вийти так, що в якомусь місці ланцюг смислових залежностей між значеннями рветься - з'являються слова-омоніми. Такими омонімами є 月 yuè "місяць" (луна) і 月 yuè

"місяць" (календарний), що виникли в результаті переносу значення: від повного циклу фаз місяця й часу, що цей цикл займає.

Такий же процес відбувся зі словом 仪表 yíbiǎo. Морфема 仪 yí багатозначна: одне з її значень "зовнішній вигляд, манери", звідси з'явилося слово 仪表 yíbiǎo:

- 1) "зовнішній вигляд людини" (зовнішність, постава, манери);
- 2) "правила (норми) поведження".

Інше значення 仪 yí "бути належним, треба", звідси відбулася назва для приладів 仪器 yíqì. Оскільки 表 biǎo означає "таблиця, індекс, циферблат", з'явилося інше значення в слова 仪表 yíbiǎo – "шкала приладу". У результаті, з двох значень однієї морфеми і 仪 yí виникли омоніми "зовнішність, манери", "шкала приладу".

Точно так само в результаті розпаду полісемії виникли омоніми: 刻 kè "чверть години" і "вирізувати, гравірувати" (однак є сполучення 刻蜡 kè là "робити насічку на свічі (для оцінки часу)", що вказує, що колись це було одне слово). У цей час значення їх уже не усвідомлюються як зв'язані між собою. Вони перетворилися в омоніми, не пов'язані за змістом, тому що втратили свої первісні зв'язки, внаслідок того, що випала проміжна ланка розвитку значення.

У результаті розпаду полісемії виникли й такі слова, як: 好 hǎo "гарний" і 好 hǎo "дуже".

Ще одне джерело омонімії – це іноземні запозичення. Але їхня роль у китайській мові не така велика, як в інших мовах. По-перше, сама кількість фонетичних запозичень у цій мові украй обмежено. По-друге, ті запозичення, які все-таки попадають у мову, звичайно багатоскладні й зрідка складаються з однаково звучних складів. Що ж стосується запозичень, що проникають у цю мову в односкладній формі й передаються китайською одним із представлених у ній складів, то такі запозичення збільшують кількість омонімів.

Так виникли, наприклад:

1. 米 mǐ: 1) "(очищений) рис"; 2) "крупя"

- 米 mǐ "метр" (одиниця довжини, із франц.)
2. 瓦 wǎ: 1) "черепиця"; 2) "глиняний, гончарний"
- 瓦 wǎ термін ел. "Ват": з англ.
3. 墩 dūn "курган"
- 蹲 dūn "сидіти навпочіпках"
- 吨 dūn "тонна" (запозичення)

Багато іноземних слів, що позначають міри ваги, довжини й т.п., проникаючи в китайську мову у двоскладній формі, нерідко скорочуються до односкладної. Якщо у двоскладній формі вони не мають омонімів, то в односкладній формі вони збільшують їхнє число. Наприклад, фонетичне запозичення 米突 mǐtū, 米突尺 mǐtūchǐ "метр" не має омоніма, скорочена ж форма цього слова 米 mǐ є омонімом китайського слова 米 mǐ "рис в зернах".

Діалектна форма також може служити джерелом омонімії в сучасній літературній мові. Вона являє собою свого роду запозичення з діалектів, що потрапили в китайську національну мову. Іноземні запозичення й діалектна лексика, уживана в літературній мові, є джерелом утворення незначного числа односкладних омонімів (Кірносова, 2010).

Джерелом омонімії можуть бути різні словотворчі процеси, зокрема процес оформлення суфіксом односкладових морфем. Приєднуючись до морфеми, суфікс 儿 ér зливається з нею в один склад, відбувається так звана еризація складу, що реалізується по-різному залежно від характеру фіналі попереднього слова. У ряді випадків приєднання суфікса [ér] приводить до утворення омонімів, хоча до цього односкладові одиниці не були омонімами. Так з'явилися (Кірносова, 2010):

- 言儿 yánr "мова" та 盐儿 yánr «сіль», розсол;
- 牙 yá "зуб" та 芽儿 yár "бруньки", "паростки".

Одним зі шляхів утворення омонімів є словотворчий процес скорочення слів:

Приклади:

- 互助 hùzhù "взаємна дружба (допомога)" – скорочене від 互木目帮助 hùxiāng bāngzhù та 护住 hùzhù "підтримувати", "захищати";
- 政制 zhèngzhì "політрук" – скорочене від 政治指导员 zhèngzhì zhǐdǎoyuán та 政治 zhèngzhì "політика".

При скороченні слів можливі такі випадки, коли обидва слова в омогрупі є скороченнями й одне слово в омогрупі не є скороченням.

Приклади:

1. 弹带 dàndài – "кулеметна стрічка" (скор. від 子弹带 zǐdàndài) та "провідний пасок" (скор. від 炮弹带 pào tán dài) ;
2. 机枪架 jīqiāng jià – "збройова піраміда" (скор. від 步机枪架 bùjīqiāng jià) і "кулеметний верстат" (скор. від 机枪架 jīqiāng qiāngjià) ;

Приклад до другого випадку: 政治 zhèngzhì "політика" і 政制 zhèngzhì "політрук" (скор. від 政治指导员 zhèngzhì zhǐdǎoyuán) .

У цілому прийом скорочення слів є малопродуктивним для утворення омонімів у китайській мові.

У китайській мові омонімія властива одночасно і односкладним, і багатоскладним словам, однак односкладних омонімів значно більше. Двоскладні омоніми можуть виникати в результаті словотворчих процесів. Оскільки односкладні омоніми переважають, то цілком зрозуміло, що при додаванні таких омонімічних односкладів з'являються омоніми-багатоскладні слова. Можна сказати, що омонімія складних слів виникає й існує за рахунок омонімії односкладних слів (Козоріз, 2013).

Приклади:

У двоскладних омонімів 预言 yùyán "пророцтво" і 寓言 yùyán "алегорія, байка" перші компоненти являють собою односкладові омоніми yù: 预 "заздалегідь", "завчасно" і 寓 "алегорія"; другий компонент в обох омонімів однаковий – 言 yán "мова".



Омоніми, що мають у своєму складі одну загальну морфему й по одній омонімічній морфемі:

愚 yú "дурний" і 漁 yú "ловити рибу". Другий компонент однаковий 人 rén "людина". Значення омонімічної пари наступні – 愚人 yúrén "дурень" і 漁人 yúrén "рибалка".

Двоскладні слова, утворені з попарно омонімічних односкладів:

- 西历 xīlì (xī "захід" + lì "календар") – "європейський календар" ;
- 吸力 xīlì (xī "втягувати" + lì "сила") – "сила тяжіння" ;
- 淅沥 xīlì (xī "шум дощу" + lì "капати") – "звуки падаючих крапель дощу".

Перші компоненти 西 xī, 吸 xī, 淅 xī і другі компоненти 历 lì, 力 lì, 淅 lì є омонімами.

Багатоскладні слова утворені шляхом приєднання до омонімічних основ тих самих суфіксів:

冻子 dòngzi "желе", "холодець"(冻 dòng "застигти") і 洞子 dòngzi "печера",  
"грот" (洞 dòng "печера")

Наведені приклади показують, що омонімія односкладів створює базу для омонімії багатоскладних слів. Таким чином, перехід до двоскладної норми слова не зміг повністю витиснути омонімію, хоча й набагато скоротив її. Наприклад, односкладному слову 事 shì "справа" у китайській мові відповідає 17 омонімів, а у двоскладного слова 事情 shìqing омонімів немає. Однак, омоніми в китайській лексиці залишилися ще в достатній кількості.

Приклади:

刑事 xíngshì "діяти", "вести справу";

行事 xíngshì "форма", "вид", зовнішність;

刑事 xíngshì "кримінальна справа";

形势 xíngshì "рельєф", "ландшафт".

Практично омоніми не є значною перешкодою для розуміння китайської мови, тому що майже завжди нейтралізуються мовною ситуацією або контекстом.

Приклади:

«这地方树木很多» (zhè dìfāng shùmù hěnduō) – у даному контексті слово 树木 shùmù "дерев" не можна замінити словом 数目 shùmù "число". У випадках, подібних цьому, не можуть виникнути перешкоди в спілкуванні.

Труднощі в спілкуванні бувають у тих випадках, коли омоніми здатні виступати в подібних контекстах.

Приклади:

油船 yóuchuán "масло" + "корабель" "танкер; нафтоналивне судно";

邮船 yóuchuán "пошта" + "корабель" – "поштово-пасажирське судно".

Це може приводити до помилок. У більшості випадків можливі непорозуміння знімаються саме завдяки контексту. У тих випадках, коли омонімія є перешкодою для спілкування, китайська мова використовує різні способи для їх усунення.

## Висновки до розділу 1

Отже, в результаті дослідження, представленого в першому розділі, нами було досліджено теоретичний аспект омонімії в китайській мові, зокрема їх визначення, класифікації та джерел утворення. Після дослідження омонімів в китайській мові можна зробити кілька загальних висновків.

Перш за все, омонімія в мові відображається у випадках, коли два або більше слова мають однакове звучання, але різне значення. Крім того, омоніми можуть бути класифіковані за різними ознаками, такими як структура слова, походження, зв'язок між значеннями та інші характеристики. Тим не менш, класифікація омонімів допомагає розуміти їхню природу та характеристики.

Загалом, омонімія в китайській мові виявилася властивою як односкладовим, так і багатоскладовим словам. Перехід до двоскладної форми слів зменшив кількість омонімів, але вони залишилися значимою частиною лексики. Крім того, омоніми можуть виникати з різних джерел, таких як фонетичні процеси, розпад полісемії, іноземні запозичення, словотворчі процеси та скорочення слів – кожен з цих процесів може призводити до формування омонімів у мові.

Також за результатами дослідження було визначено, що омонімія може створювати труднощі в мовному спілкуванні, особливо у випадках, коли слова мають схоже звучання, але різне значення. Проте в більшості випадків вона нейтралізується контекстом або мовною ситуацією.

Отже, дослідження омонімів у китайській мові відкриває широкий спектр питань, пов'язаних з лексикою, фонетикою та мовним спілкуванням, що допомагає краще зрозуміти природу мови та її взаємозв'язки.

## РОЗДІЛ 2

### ОМОНІМІЯ У КИТАЙСЬКІЙ МОВІ: ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ

#### 2.1. Особливості використання омонімів в китайській мові

У зв'язку з різноманітністю класифікації та особливостями складів, у китайській мові кількість омонімів становить близько 1/6 усього лексичного складу, що представлені здебільшого односкладовими та двоскладовими лексичними одиницями. Це зумовлено складовим типом китайської мови, де кожне слово складається зі складів, а не окремих літер, і кожен склад також є словом, тобто складова морфема - це мінімально значуща одиниця. Обмежена кількість складів у китайській мові призводить до високої частоти виникнення омонімів, що робить її однією з найбільш омонімічних мов на планеті.

Загалом, омоніми є стилістично нейтральними, однак вони займають важливе місце серед засобів словесної гри. У ділових та наукових текстах омоніми не використовуються у стилістичних цілях. Омоніми часто застосовують в художній літературі та фольклорі. Омоніми вводяться в текст для виділення дотепності та створення жарту, стилістичної витонченості та створення текстової пародійності. Також дане явище використовується у віршах для створення рими. Особливо яскраво вони зображуються на кінці рядка, сповнюючись особливою виразністю. За приклад можна розглянути вірш Шевченка “Квіти, мої діти. Де мені вас діти?”. Письменники в деяких випадках створюють власні авторські омоніми, пояснюючи по-новому відомі слова. Наприклад пригубити використали як поцілувати, а не трохи надпити. Публіцистика також застосовує омонімію для загострення та підкреслення певних питань та проблем у статтях. Публіцистичне мовлення є одним з джерел, де часто застосовують омонімію. Як приклад можна розглянути вислів “На захисті ступінь хвилювання дисертанта ще вищий за його науковий ступінь”.

Отже, можна зробити висновок, що омонімія дуже популярна в таких напрямках, як художнє, публіцистичне та розмовне мовлення.

Омоніми об'єднуються в омогрупи, вони можуть поєднувати від 2 до 18 слів (Кірносова, 2010).

Приклади:

1.1 熬 áo "варити", "випарювати";

- 熬了一锅粥 áo le yīguōzhōu "зварив казан каші";

1.2 熬 áo "переносити страждання", "терпіти";

- 熬了三年了 áo le sān nián le "витерпів три роки";

2.1 才 cái "тільки що";

2.2 才 cái "здатність", "талант";

2.3 才 cái "труна"(棺材);

2.4 才 cái "багатство", "цінність";

2.5 才 cái "кроїти", "викроювати".

Графічна диференціація, звичайно, зменшує кількість омонімів у письмовій мові, але не в усному мовленні.

Омогрупа може складатися не тільки з односкладових, але й двоскладових слів (Кірносова, 2010). Приклади:

里子 lǐzi "виворіт", "нелицьова сторона";

里子 lǐzi "підкладка";

李子 lǐzi "слива";

栗子 lǐzi "каштан".

Омогрупа може складатися також з діалектного й споконвічного слів (Кірносова, 2010):

- 大班 dàbān (діал.) – 旧时称洋行的经理 (jiùshí chēng yángháng de jīnglǐ) "у старі часи керуючий справами іноземної фірми";

- 大班 dàbān – 幼儿园里有五周岁至六周山发儿童所变成的班级 (yòu'éryuán li yǒu wǔ zhōusui zhì liù zhōushān fā értóng suǒ biàn chéng de bānji) "старша група в дитячому садку".

Один і той же звуковий комплекс у китайській може означати безліч ієрогліфів, і один і той же ієрогліф може мати кілька різних вимов. Це призводить до великої кількості омофонів і омографів у цій мові.

У сучасній китайській мові омоніми часто вживаються і зловживаються. Це більшою чи меншою мірою притаманне всім текстам, до яких люди мають доступ, починаючи з творів учнів початкової та середньої школи, дисертацій викладачів та науковців, статей у газетах та журналах і закінчуючи субтитрами до фільмів та телепередач – скрізь, де ми можемо бачити, можна придумати місця, де омоніми можуть бути використані не за призначенням. Розглянемо приклади використання омонімів в різних аспектах функціонування китйської мови.

В діалозі (Kong, 2001):

儿子：妈妈，我想学中国画。(Érzi: Māma, wǒ xiǎng xué Zhōngguó huà.)

妈妈：你已经会说中国话了，为什么 还要学中国话？你发烧了吗？(Māma: Nǐ yǐjīng huì shuō Zhōngguó huà le, wèishénme hái yào xué Zhōngguó huà? Nǐ fāshāo le ma?)

儿子：妈妈，你误会了，我的意思是 我想学画画，国画。(Érzi: Māma, nǐ wùhuìle, wǒ de yìsi shì wǒ xiǎng xué huà huà, guó huà.)

妈妈： ... (Māma: ...)

Переклад:

Син: Мамо, я хочу вивчати традиційний китайський живопис.

Мама: Ти вже говориш китайською, чому ще вивчаєш? У тебе температура?

Син: Мамо, ти мене неправильно зрозуміла, я мав на увазі, що я хочу вивчати... як малювати, традиційний китайський живопис.

Мама: ...

Пояснення:

У цьому діалозі з'являються омоніми 中国画 zhōngguóhuà і 中国话 zhōngguó huà. 中国画 zhōngguóhuà означає "традиційний китайський живопис", 中国话 zhōngguó huà означає "китайська мова", вони звучать однаково, тож, коли син зненацька заговорив про це, без контексту, мама дуже легко могла переплутати.

В скоромовці (Kong, 2001):

老史捞石 老师老是叫老史捞石, 老史没有去捞石, 老史老是骗老师, 老师说老史不老实 (Lǎo shǐ lāo shí lǎoshī lǎo shì jiào lǎo shǐ lāo shí, lǎo shǐ méiyǒu qù lāo shí, lǎo shǐ lǎo shì piàn lǎoshī, lǎoshī shuō lǎo shǐ bù lǎoshí).

Переклад скоромовки:

Учитель завжди просить учня Ши виловити каміння, але учень Ши не виловлював каміння, учень Ши завжди вчителя обманює, учитель сказав, що учень Ши не чесний.

Пояснення:

У цій скоромовці 老师, 老是, 老史, 捞石 та 老实 є омонімами, всі вони вимовляються як laoshí, але мають різні значення: 老师 lǎoshī – "учитель", 老是 lǎo shí – "завжди", 老史 lǎo shǐ – "учень на прізвище Ши", 捞石 lāo shí – "виловлювати камінь", 老实 lǎoshí – "чесний".

Нерідко, омоніми використовуються батьками при творенні імені для дитини. Загалом, китайське ім'я складається з двох або трьох ієрогліфів, спочатку ставиться прізвище, а потім ім'я, по батькові немає. Прізвище береться від батька, для імені може використовуватися будь-який ієрогліф, але зазвичай батьки обирають для хлопчиків ієрогліфи, пов'язані з героїзмом, розумом, багатством і величчю, а дівчаткам дістається все, що асоціюється з красою, кольорами та явищами природи.

Розглянемо приклади, в яких використовуються омоніми в найменуванні (Kong, 2001):

理想 Lǐ Xiǎng це чоловіче або жіноче ім'я – 理想 lǐxiǎng "мрія";

康凯 Kāng Kǎi це чоловіче ім'я – 慷慨 kāngkǎi "щедрий";

李茂 Lǐ Mào це чоловіче ім'я – 礼貌 lǐmào "чемність";

吴悠 Wú Yōu це чоловіче або жіноче ім'я – 无忧 wúyōu "безтурботний";

郝帅 Hǎo Shuài це чоловіче ім'я – 好帅 hǎo shuài "дуже симпатичний";

黄帝 Huáng Dì це чоловіче ім'я – 皇帝 huángdì "імператор".

Любов китайців до звукових співвідношень спонукала їх створити велику кількість традицій, що ґрунтуються на явищах омофонії та гри словом.

Одним з найяскравіших прикладів виявлення омофонії та її впливу на повсякденне життя китайців є їхнє негативне ставлення до цифри чотири. Китайці намагаються уникати цієї цифри в повсякденному житті, оскільки її звучання 四 sì співзвучне зі словом 死 sǐ "смерть". Навпаки, цифра "вісім" в Китаї вважається дуже щасливою. Справа, знову ж таки, у звуковому співвідношенні. Цифра 8 (八 bā) є символом багатства і процвітання, оскільки вона співзвучна слову 发 fā, одне з його значень – "багатство". Крім того, форма восьмерки нагадує знак безкінечності, тому для китайців восьмерка асоціюється з ніколи не закінчуються потоком грошей, що надходять в бізнес або до людини, залежно від того, де цифра використовується. Цифри 5 (五 wǔ) і 1 (一 yī) співзвучні з 我要 wǒ yào "мені потрібно" або "я хочу". Одиниця використовується і в прямому значенні "один" або "все, цілком". Але також, при читанні номерів одинацятку читають як 要 yào, тобто "повинен, потрібно, хочу". У результаті комбінація цифр 158 (我要发 wǒ yào fā) має значення "я хочу розбагатіти". У Китаї також дуже люблять цифру 9 (九 jiǔ), оскільки вона співзвучна слову 长久 chángjiǔ "тривалий, довгий". На відміну від нашої країни, цифра 7 (七 qī) має негативне значення, оскільки співзвучна 生气 shēngqì "злитися, розлючитися".

Любов до омофонії має величезний вплив на традиції новорічних свят в Китаї. Наприклад, вираз 过年 guò nián - "святкувати Новий рік" також виник від повного омонімічного виразу, який позначав 过年 guò nián "погнати Няня (страхітливе чудовисько, що, за легендою, пожирає людей на кануні Нового року)" (Sung, 1979).



Традиційні страви для новорічного столу також тісно пов'язані з переконаннями, що ґрунтуються на звукових асоціаціях. На китайському новорічному столі неможливо обійтися без риби та пельменів. Це через те, що 鱼 yú "риба" за звучанням у китайській мові співвідноситься зі словом 裕 yù "достаток", а 饺子 jiǎozi "пельмені" схожі за звучанням з назвою маленької сріблястої монети 角子 jiǎozi, обидві ці страви символізують матеріальне благополуччя та достаток, що очікують господарів у наступному році. Слово 鸡 jī "куриця" за звучанням співвідноситься зі словом 吉 jí "удача", тому страви з курки також завжди присутні на новорічному столі (Sung, 1979).

Щодо подарунків, тут також не обходиться без фонетичної гри слів. Наприклад, не можна дарувати годинники. Китайською слово 钟表 zhōngbiǎo "годинник" співзвучне слову 终 zhōng "кінець, фінал, кончина, смерть". Вираз 送钟表 sòng zhōngbiǎo співзвучний 送终 sòng zhōng "проводити в останню путь", тому виникатиме асоціація з побажанням смерті (Sung, 1979).

Окрім стародавніх традицій, пов'язаних із звуковими асоціаціями, у сучасному Китаї недавно з'явилося явище так званих цифрових кодів або числових паролів. Цифровий код – це зашифроване у вигляді цифр повідомлення, яке складач цього коду хоче передати своєму співрозмовнику. Найчастіше такі зашифровані повідомлення використовуються при спілкуванні в Інтернеті та в SMS-переписках. Це явище також ґрунтується на омонімії, оскільки цифрами замінюють схожі за звучанням фрази. Більшість числових кодів стосуються теми кохання і використовуються для шифрування кохання. Однак існує також велика кількість нейтральних кодів. Найпоширенішим числовим кодом є код 520 wǔ èr líng, який відповідає фразі 我爱你 wǒ ài nǐ і вимовляється подібно. За допомогою числових кодів складаються цілі речення, наприклад, код 70345 розшифровується як "Вір мені!". Крім того, коди часто використовуються для позначення побутових фраз, таких як 48 – так, 729 – йдемо пити алкоголь, 687 – вибач. Числових кодів нараховується величезна кількість і вони стали невід'ємною частиною китайської писемної мови.

Таким чином, хочеться зазначити, що явище омонімії пронизує практично всі

сфери життєдіяльності китайців, справляючи величезний вплив як на повсякденне життя, так і на низку культурних особливостей країни. У повсякденному житті наявність великої кількості омонімів робить досить складним сприйняття китайської мови на слух і повною мірою виключає потенційну можливість переходу китайців на алфавітне письмо

## **2.2. Омоніми як інструмент створення рекламних слоганів в китайській мові**

У сучасній ринковій економіці роль реклами стає все більш і більш важливою. Також все поширеніше стає використання омофонів для створення слоганів реклами. Коли ми читаємо або чуємо таку рекламу, перше враження - що все свіже і веселе. Оскільки люди знайомі з цими омонімами, їх дуже легко запам'ятовувати і поширювати, що призводить до хорошого ефекту в продажах такої продукції.

Отже, художніх творах (особливо в поезії), а також в газетному заголовку, рекламі, омонімія і суміжні з нею явища часто використовуються як засіб мовної гри для створення особливої виразності тексту.

Вивчення особливостей використання омонімії в китайській мові для створення рекламних слоганів відкриває широкі можливості для креативних маркетологів та рекламистів. У китайській мові, що багата на омоніми, сполучення слів може мати подвійне або навіть потрійне значення, що дозволяє створювати змістовні та запам'ятовувані висловлювання. В цьому розділі ми дослідимо, як різноманітність омонімічних структур у китайській мові використовується для ефективної комунікації та привертання уваги аудиторії у рекламних кампаніях, зокрема шляхом використання каламбурів. Ми розглянемо приклади успішних рекламних слоганів, що вдало використовують омонімію для створення глибокого та запам'ятовуваного каламбуру у своїх рекламних слоганах.

Під каламбуром слід розуміти будь-яку мовну гру, яка викликає одночасне паралельне сприйняття асоціативно пов'язаних значень у свідомості відправника та одержувача і неузгодженість між змістом та вираженням з метою створення комічного

ефекту. У китайській мові каламбур – традиційний спосіб риторики. У китайських літературних творах каламбур широко використовувався багатьма авторами завдяки властивим йому структурно-семантичним особливостям. Одним із найбільш всеосяжних китайських словників вважається 《辞海》 «cíhǎi» – «Джерело слів». Ця книга, вперше видана 1936 року, поєднує в собі функції словника (як переліку слів), тлумачного словника та енциклопедичного словника. Цей словник втілює в собі результати наполегливої праці кількох поколінь учених. У 《辞海》 «Джерелі слів» каламбур визначається так:

Каламбур – це риторичний прийом, який полягає у використанні слів, що містять різні значення, включають у себе два предмети в одному слові. (《辞海》, 1936)

У рекламному дискурсі омоніми часто використовуються як лінгвістичний ресурс для створення каламбуру. Цей прийом часто спостерігається в китайській рекламі. Розглянемо наступні приклади використання омонімів в китайських рекламних слоганах:

1. Текст реклами молока "伊利" [І Лі]: «新年健康升级，一起“家”满活力!» (《xīnnián jiànkāng shēngjí, yīqǐ “jiā” mǎn huó lì!»).

Переклад: "У новому році здоров'я перейде на новий рівень, всі сім'ї наповнені енергією!".

У даному рекламному тексті використано омоніми 家 і 加, оскільки китайські слова 家 – "сім'я" і 加 – "додати, наповнити" мають однакове вимовлення [jiā]. Таким чином, остання фраза "一起“家”满活力!" (《yīqǐ “jiā” mǎn huó lì!») може мати наступні переклади: 1) "вся сім'я повна життєвою силою"; 2) "разом наповнимо себе життєвою силою"; 3) "разом наповнимо сім'ю життєвою силою". Використання омонімії у рекламному тексті не лише підкреслює корисність рекламованого продукту (молока), а й, звертаючись до сімейних цінностей, викликає емоційний вплив на цільову аудиторію.

2. Текст реклами підсоняшникової олії "福临门" (fú línmén) [Щастя на порозі]: «营养家, 健康加» («yíngyǎng jiā, jiànkāng jiā»).

Переклад: "Спеціаліст з харчування, здоров'я додано!".

У даному рекламному тексті використано омоніми 家 і 加: слово 家 [jiā] в китайській мові має два значення: "сім'я" і "спеціаліст", а слово 加 [jiā] – "додати", звучить так само, як і слово 家 – "спеціаліст". Таким чином, цей рекламний текст має два значення: 1) "підсоняшникова олія "福临门" (fú línmén) [Щастя на порозі] є спеціалістом з харчування та може поліпшувати стан здоров'я"; 2) "підсоняшникова олія "福临门" (fú línmén) [Щастя на порозі] – це як спеціаліст з харчування, так і спеціаліст зі здоров'я". Крім того, завдяки симетричній будові тексту, омоніми 家 і 加 дозволяють використовувати рими та повтори як фонетичні виразні засоби.

3. Текст реклами газованого напою "Спрайт": «我由我主张, 渴自由释放, 活只此一场, 梦肆意生长。透心凉, 渴释放» («wǒ yóu wǒ zhǔzhāng, kě zìyóu shìfàng, huó zhǐ cǐ yī chǎng, mèng sìyì shēngzhǎng. Tòu xīn liáng, kě shìfàng»).

Переклад: "Я вибираю свій шлях, маю бажання вільно виражатися, живу лише один раз, мрію так, як бажаю. Пронизливе відчуття прохолоди, звільнене від жажди".

У цьому рекламному тексті спостерігаються омофони 渴 (kě) і 可 (kě). У китайській мові слово 渴 (kě) має кілька значень: 1) "потреба в питті"; 2) "стремління до чогось"; 3) "хотіти пити"; 4) "страстно прагнути чогось". Крім того, воно за вимовою співпадає з словом 可 (kě) – "можна". Тому в цьому рекламному тексті адресат може асоціювати фразу "渴释放" («kě shìfàng») з такими значеннями: 1) "прагнення до звільнення"; 2) "можливість визволитися"; 3) "визволяючись від жаги". Отже, використання омофонів 渴 (kě) і 可 (kě) дозволяє не лише повідомити споживачеві про призначення рекламованого напою, а й надати тексту більшу експресивність. Крім того, багатозначність слова 渴 (kě) у китайській мові дозволяє побудувати багатозначне паралельне речення.

4. Текст реклами продуктів харчування компанії "旺旺" [Ван Ван]: «大礼，有旺相伴» («Dàlǐ, yǒu wàng xiāngbàn»).

Переклад: "Великий подарунок, який супроводжується процвітанням".

У цьому контексті спостерігаються лексичні омоніми, оскільки китайське слово 旺 (wàng), що означає "процвітання", у даному рекламному тексті вживається також як назва бренду продуктів харчування – "旺旺" (wàng wàng) "Ван Ван", що утворюється за допомогою повторення слова 旺 (wàng). Отже, рекламодавець не лише повідомляє, що продукти харчування компанії можна розглядати як вдалий, правильний вибір подарунка, але й переконує споживача, що рекламовані продукти символізують процвітання.

5. Текст реклами газованого напою "Пепсі": «有百事，聚爽!» («Yǒu bǎishì, jù shuǎng!»).

Переклад: "Є Пепсі, це приємно для компанії!".

У даному контексті спостерігаються омофони 聚 (jù) – "зібрання" та 巨 (jù) – "дуже". Отже, рекламний текст може мати два значення: 1) "Пепсі є, це приємно для зібрання (компанії)"; 2) "Пепсі є, це дуже приємно". Використання омофонів як виразного засобу дозволяє адресанту продемонструвати важливість наявності рекламованого напою для зібрання (компанії) та одночасно позитивно емоційно вплинути на споживача.

6. Слоган продукту лікування акне: «青春不可痘留，要努力战痘» («Qīngchūn bùkě dòu liú, yào nǔlì zhàn dòu»).

Переклад: "Молодість мине непомітно, треба ретельно старатися".

Тут використано наступні омоніми: слова 痘 (dòu) – "акне", 逗 (dòu) – "зупинятися" і 斗 (dòu) – "боротьба" є омонімами. Текст "青春不可“痘”留，要努力战“痘”" («Qīngchūn bùkě dòu liú, yào nǔlì zhàn dòu») також можна інтепрувати як: «Молодість не може зупинятися з акне, треба наполегливо боротися з акне», що використовує гру слів для підкреслення важливості боротьби з акне. Ця реклама

демонструє вміле використання омонімії для привернення уваги аудиторії та підсилення ефективності рекламного повідомлення.

7. Реклама апельсинового соку Huiyuan: «汇源真鲜橙: “真橙” 爱你每一天» («Huìyuán zhēn xiān chéng: “Zhēn chéng” ài nǐ měi yītiān»).

Переклад: «Справжній апельсин любить вас кожен день».

У китайській мові слово "справжній апельсин" 真橙 (zhēn chéng) та "щирість" 真诚 (zhēn chéng) мають однакове вимовлення. Таким чином, фраза "справжній апельсин любить вас кожен день" використовує омофонічний каламбур, щоб підкреслити, що продукція під брендом Huiyuan є справжньою, з настоящих апельсинів, а любов до споживачів є щира, а не штучна. Використання слова "любити" надає продукту характеристику догляду та турботи, що створює уявлення про його корисність для здоров'я. Цей слоган, який використовує каламбур, емоційно впливає на споживача, дозволяючи йому з легкістю прийняти продукт.

8. Реклама крапель для очей Чженьшимін: «珍视明眼药水: 一点珍视明, 两点真是明» («Zhēnshì míng yǎn yàoshuǐ: Yīdiǎn zhēnshì míng, liǎng diǎn zhēnshì míng»).

Переклад: «Краплі для очей “Чженьшимін”: Одна крапля “Чженьшимін”, дві краплі - очам світло».

У цій рекламі найменування очних крапель марки 珍视明 (Zhēnshì míng) «Чженьшимін» вимовляється так само, як і словосполучення 真是明 (zhēnshì míng) "очам світло". У результаті, завдяки рекламі, споживачі одразу дізнаються, що якість і ефект продукту дуже високі, водночас рекламний текст легко зрозуміти й запам'ятати, він може привабити споживачів і забезпечити хорошу ефективність реклами.

9. Реклама розчину глюконату цинку для прийому всередину: «葡萄糖酸锌口服液: 聪明的妈妈会用心» («Pútáotáng suān xīn kǒufú yè: Cōngmíng de māmā huì yòngxīn»).

Переклад: «Розчин глюконату цинку для прийому всередину: розумні мами будуть уважні».

У китайській мові слово "цинк" 锌 (xīn) вимовляється так само, як і "серце" 心 (xīn). У рекламному тексті вираз 会用心 (huì yòngxīn) "бути уважним, старатися, вкладати душу у щось" показує, з одного боку, що розумні матері обирають корисний та необхідний продукт, а з іншого боку, це означає, що розумні мами, вкладаючи всю душу, турбуються про своїх дітей.

10. Реклама зубної пасти: «两面针牙膏:一面护齿, 一面防蛀, 两面真好» («Liǎngmiàn zhēn yá gāo: Yīmiàn hù chǐ, yīmiàn fáng zhù, liǎngmiàn zhēn hǎo»).

Переклад: "Зубна паста "Лянмяньчжень": з одного боку, захищає зуби, з іншого боку захищає від карієсу, і обидві сторони справді хороші".

Китайське слово 两面针 (Liǎngmiàn zhēn) «Лянмяньчжень» перекладається як "зантоксилум Radix Zanthoxyli" – сушений корінь цієї рослини застосовують як болезаспокійливий засіб, а також як засіб, що активізує кровообіг і стимулює циркуляцію внутрішньої енергії "Ци". У цій рекламі слово 两面针 (liǎngmiàn zhēn) «Лянмяньчжень» використовується як найменування марки зубної пасти. Ієрогліф 真 (zhēn) має значення "справжній", і він має точно таку саму вимову, як і ієрогліф 针 (zhēn) в марці зубної пасти 两面针 (liǎngmiàn zhēn) "Лянмяньчжень", що, за задумом авторів рекламного тексту, переконує покупця в тому, що зубна паста 两面针 (liǎngmiàn zhēn) "Лянмяньчжень" справді гарна, оскільки вона захистить ваші зуби з усіх боків.

Омонічні каламбури складаються з каламбурів з омонімами або схожими за звучанням словами. Творцям китайської реклами подобається використовувати омонімічні каламбури, оскільки такі каламбури мають веселий, гумористичний, гризкий мовний стиль, що може підвищити переконливість та привабливість рекламних оголошень та справити враження на споживачів.

Каламбур в рекламних текстах, заснований на явищі омонімії, відіграє важливу роль, сприяючи передачі глибшого смислу та більшої кількості інформації. Яскраві та позитивні рекламні матеріали, що містять каламбур, можуть ефективно презентувати

компанію та її товари, сприяючи популяризації бренду на ринку. Крім отримання інформації про товар, рекламні текстах з каламбуром на основі явища омонімії здатні викликати широкий спектр емоцій у споживачів: від підняття настрою та посмішок до відчуття комфорту та дбайливості. Отже, така реклама дозволяє не лише відчути унікальний характер корпоративної культури та соціальної відповідальності компанії, але й сприяє формуванню позитивного ставлення до продукції.

### 2.3. Методи подолання омонімії

Існування великої кількості омонімів у сучасній китайській мові обов'язково впливає на її використання. Звісно, цей вплив двозначний, і має як негативні, так і позитивні ефекти. Це лінгвістичний факт. Як вказав Чжан Цзин у "Новій сучасній китайській мові", з одного боку, він зауважує:

Існування багатозначності і омонімії є проявом простої економії лінгвістичних символів, що спрощує їх розуміння і використання. Деякі люди говорять про багатозначність і омонімію як про мовну плутанину, яку вони викликають, не думаючи при цьому, що якщо б мову повністю виключити багатозначність і омонімію, то хаос, який вони викликали б, був би набагато більшим, ніж зараз. Тому, зробити лінгвістичні символи простими і економічними, легкими у сприйнятті і використанні, є важливим позитивним ефектом багатозначності та омонімії на мову. (张静, 1980)

З іншого боку, він також зауважує, що через багатство омонімів у китайській, збільшується складність їх ідентифікації. Це одна з важливих причин, чому написання стає складним процесом (张静, 1980).

Тому існують певні лінгвістичні процеси, спрямовані на подолання явища омонімії:

По-перше, існує певна тенденція до переходу багатьох односкладних слів китайської мови до двоскладних з розвитком та видозміни сучасної китайської мови.



Зазначені особливості фонетичної та морфологічної структури мови спричиняють виникнення великої кількості омонімів, що є однією з причин, що підштовхує до введення у норму саме двоскладних форм слів.

Деякі омонімічні односкладні слова, перетворюючись у двоскладні, перестають бути омонімами. Наприклад, односкладні 优 уōu і 忧 уōu - омоніми, але їх двоскладні форми вже не омонімічні:

- 优良 уōuliáng "відмінний", "прекрасний";
- 忧愁 уōuchóu "засмучуватися", "сумувати", "сумний".

По-друге, у китайській мові багато морфем, подібних або близьких за значенням, у відповідних умовах їх можна використовувати для взаємозаміни, щоб уникнути негативного впливу омонімії.

遇見 уèjiàn "зустріти" можна замінити на 遇到 уèdào або 碰见 pèngjiàn, щоб відрізнити від 预见 уèjiàn "передбачати, передбачити".

По-третє, у китайській мові багата синоніміка, у деяких випадках, щоб уникнути плутанини при омонімії, синоніми можуть взаємозамінювати один одного без зміни змісту.

Приклад:

食油 shíyóu "харчове масло" – щоб відрізнити його від 石油 shíyóu "нафта", "харчове масло" можна замінити на 食用油 (shíyòng yóu) "уживане в їжу масло".

Інші приклади заміни:

里 lǐ "лі" (міра довжини, рівна 0,5 км (500 м) та 里 lǐ "морська миля". У цьому випадку для усунення омонімії до 里 lǐ додають 海 hǎi (1852 м).

出口 chūkǒu "експорт" (економічний термін) і 出口 chūkǒu "вихід". Коли потрібно використовувати другий омонім і відмежувати його від першого, до нього додають 处 chū, 出口处 chūkǒuchù.

Наявність множинних форм омонімії в китайській мові, а також відсутність чітких меж слова з огляду на специфіку словотворення в китайській мові ускладнюють сприйняття усного мовлення, що призводить до різноманітних

формувань у вигляді винятків із загальних правил, особливостей вживання та поєднання лексичних одиниць, спрямованих на полегшення її сприйняття.

Таким чином, можна виокремити приклади утворення деяких слів, які, ймовірно, раніше сформувався в усному мовленні носіями мови, щоб уникнути співзвучностей, потім міцно в ньому закріпилися та стали загальноновживаними, так, наприклад, дні тижня китайською не мають назв, а утворені як номер дня тижня за порядком: 星期 xīngqī це "тиждень", а 星期一 xīngqīyī це "понеділок", за аналогією утворені решта днів тижня, вівторок – 星期二 xīngqīèr, середа – 星期三 xīngqīsān, тощо. За логікою неділя, як сьомий день тижня, мала би бути утворена також шляхом додавання слова 星期 xīngqī та цифри 七 qī "сім", а саме 星期七 xīngqīqī. Але день тижня "неділя" позначається як 星期日 xīngqīrì або 星期天 xīngqītiān. Оскільки 期 qī співзвучно з цифрою 七 qī "сім", то цифру 七 qī "сім" замінили слова 天 tiān і 日 rì, що мають значення "день". Слово 星期七七 xīngqīqī в словнику визначається як "сьомий день тижня, неділя", нині використовується в жартівливій формі (张静, 1980).

Наявність схожих сполучень у різних значеннях також може викликати труднощі під час сприйняття мови на слух, тому дієслово 起 qǐ не поєднується з 去 qù для утворення складного додатка (李, 2002).

Через багатозначність у словах, а також щоб уникнути двоякого тлумачення фраз, вживання деяких результативних дієслів у китайській мові також має приклади винятків. Так, наприклад, дієслово 到 dào, що використовується як результативний додаток, вживаючись з іншими дієсловами, може вказувати на досягнення результату, а саме з дієсловами руху, що означає "досягти, дійти"; досягнення певного моменту; може також означати, що результату було досягнуто якимось зусиллями (李, 2002).

我在办公室看看到王老师了 (Wǒ zài bàngōngshì kàn kàn dào wáng lǎoshīle) "Я бачив учителя Вана в аудиторії", - тут 到 dào вживається в значенні досягнення результату і з дієсловом 看 kàn "дивитися" утворює результативне дієслово 看到 kàndào, що в цьому прикладі має значення "бачив".

Проте з дієсловом 睡 shuì "спати" для вираження значення досягнення

результату використовується результативний додаток 着 zháo, що утворює результативну форму дієслів, та вказує на сприятливий або очікуваний результат дії, а не 到 dào в тому ж значенні. Уживаючись із дієсловом 睡 shuì "спати", 到 dào, як результативний додаток, вказує на інше значення, а саме досягнення певного моменту.

Розмовна китайська мова довго розвивалася відокремлено від писемної через особливості суспільства та традиційний спосіб життя. Тепер багато розмовних форм використовуються в писемній мові і навпаки.

Наприклад, у розмовній мові слово 要 yào "потрібно" часто замінюється словом 得 děi (李, 2002). Наприклад: 我得去去趟银行换钱 (Wǒ dé qù qù tàng yínháng huànqián) "Мені потрібно піти в банк поміняти гроші". Дієслово 得 děi в розмовній мові взаємозамінне з дієсловом 要 yào у значенні "треба, потрібно".

Заміни слів синонімічними формами в розмовній мові також пов'язані з труднощами сприйняття усного мовлення на слух, і те, що було в розмовній мові замінено іншими формами виразу, найчастіше згодом використовується в письмовій мові та надалі стає загальноживаним, а також взаємозамінним в усній і письмовій мові.

Ці та багато інших прикладів свідчать про такі закономірності формування лексичних одиниць, їхніх змін і правил уживання, що безпосередньо пов'язані насамперед із процесами, які відбуваються в потоці китайського мовлення. Надзвичайно важко сприймати на слух безліч слів, що звучать однаково, а продуктивність китайських ієрогліфів і обмеженість фонетичної системи призводить до виникнення форм омонімії.

## **Висновки до розділу 2**

Китайська мова є мовою надзвичайно багатою на омоніми, тому у ній їх використання має великий вплив на культурні традиції та щоденне життя. Це виявляється в униканні деяких чисел та подарунків через асоціації з негативними значеннями, наприклад, уникання дарування годинників через асоціацію зі словом

"смерть". Також цифрові коди, засновані на омонімії, стали популярним засобом зашифрованого спілкування, особливо в мережі «Інтернет». Це явище не тільки ускладнює сприйняття мови та культурних звичаїв китайців, але й зберігає їхню унікальність та відмінність від інших культур. Також вони широко використовуються в традиційних святах, які базуються на звукових асоціаціях, включаючи вибір страв для новорічного столу або вирази, пов'язані зі святкуванням. Це свідчить про те, що омоніми становлять не лише складову мови, але й важливий аспект культурного спадку, який впливає на багато аспектів життя китайського народу.

Проведене дослідження доказало, що омоніми активно використовуються в китайській рекламі як засіб створення каламбуру. Застосування цього прийому для впливу на цільову аудиторію має декілька переваг. По-перше, використання омонімії дозволяє створювати комічний ефект у рекламі. По-друге, омоніми дозволяють рекламодавцям надавати рекламному тексту додаткові значення, тим самим посилюючи експресивність вербальної частини реклами. За допомогою омонімів адресант може не лише підкреслити специфіку рекламованих продуктів, але й викликати певний асоціативний ряд, який робить сильне враження на адресата, допомагаючи закріпити в його свідомості інформацію про рекламований об'єкт. У китайській мові склад може відповідати кільком ієрогліфам, тому використання омофонів може дозволяти китайській аудиторії асоціювати написане слово з іншими словами, ідентичними за вимовою.

З іншої сторони, наразі існує багато відходжень від правил поєднання і вживання лексичних одиниць, а також використання деяких граматичних конструкцій, сформованих у ході розвитку мови, спрямовані на те, щоб полегшити комунікативне спілкування, зокрема, полегшити сприйняття усного мовлення на слух, а саме нейтралізувати омонімію, уникнути подвійного тлумачення фраз. Частенько ці процеси суперечать нормативним правилам утворення лексичних одиниць та їхніх змін у граматичному ладі, але, оскільки вони спрямовані на полегшення розуміння та сприйняття, то сприймаються як природний процес розвитку мови.

## ВИСНОВКИ

Під час дослідження був проведений комплексний аналіз явища омонімії в сучасній китайській мові, з урахуванням її структурних та функціональних аспектів.

Визначено поняття омонімії та омонімів загалом, зокрема в контексті китайської мови. Лексичні омоніми (同音异义词 *tóngyīnyìyǔcí*) – це слова з однаковим звучанням та інколи написанням, але різними за значенням. У китайській мові омонімія характерна як для односкладових, так і для двоскладових лексичних одиниць, проте перші переважають кількісно.

Китайська мова має велику кількість омонімів і вважається однією з найбільш омонімічних мов світу. Це пояснюється обмеженою кількістю складів, що призводить до високої повторюваності звуків, а отже, до більшої кількості омонімів. Важливою причиною цього є той факт, що один звук може мати безліч ієрогліфів, і навпаки, один ієрогліф може представляти кілька різних складів, що призводить до великої кількості омофонів і омографів у китайській мові.

З точки зору наявності омонімії при усному та писемному мовленні можна виділити три типи омонімів, що мають важливе значення для китайської мови, особливо з огляду на її ієрогліфічну писемність:

1. Перший тип омонімів – це слова, які однаково звучать і мають однакове написання. У цьому випадку один і той самий ієрогліф використовується для запису різних слів з однаковим звучанням. Їх називають 同音同形词 *tóngyīn tóngxíng cí*.

2. Другий тип омонімів – це слова, які однаково звучать у вимові, але пишуться по-різному. Ці омоніми мають однакове звучання, але різне написання. Їх називають 同音异形 *tóngyīn yìxíng* або 等音词 *děng yīn cí*, в перекладі на українську це омофони.

3. У третьому типі слова мають однакове написання, але різне звучання, їх називають 同形异义词 *tóngxíng yì yì cí*, в перекладі на українську це омографи.

Крім того, науковці виділяють також інші класифікації омонімів в китайській мові. Так, було здійснено аналіз класифікацій в залежності від сприйняття їх усним

або писемним мовленням, класифікація за кількістю складів у слові, за формою написання та використаними символами тощо.

Найбільше в китайській мові фонетичних омонімів – омофонів. Процес утворення омонімів у результаті фонетичних змін спостерігався протягом всієї історії китайської мови.

У результаті виникнення фонетичних процесів за однією звуковою оболонкою закріпилося кілька значень. Вони можуть бути зв'язані між собою, утворюючи систему різних значень одного слова, але можуть бути й не зв'язані між собою, утворюючи омоніми. Омніми виникають також у результаті розпаду полісемії, тобто в результаті розподілу одного слова на два. У багатозначному слові всі його значення так чи інакше зв'язані один з одним, залежать одне від іншого, "переходять" одне в інше. Ще одне джерело омонімії - це іноземні запозичення. Але їхня роль у китайській мові не така велика, як в інших мовах. Діалектна форма також може служити джерелом омонімії в сучасній літературній мові. Вона являє собою свого роду запозичення з діалектів, що потрапили в китайську національну мову. Джерелом омонімії можуть бути різні словотворчі процеси, зокрема процес оформлення суфіксом односкладових морфем.

Аналізуючи використання омонімів в китайській мові, було визначено, що у сучасній китайській мові існує чимало однаково звучних слів, що мають абсолютно різні значення. Крім того, китайська мова багата на омоніми, що впливає на культурні традиції та щоденне життя, уникання деяких чисел та подарунків через асоціації з негативними значеннями, наприклад, дарування годинників через асоціацію зі словом "смерть". Цифрові коди на основі омонімії стали популярними для спілкування в інтернеті. Омніми широко використовуються в традиціях китайських свят, відображаючи їх важливість як аспект культурного спадку, а також в утворенні імен для новонароджених.

Також було представлено дослідження використання омонімів при створенні китайських рекламних слоганів задля досягнення ефекту каламбуру. Дослідження показало, що омоніми активно використовуються в китайській рекламі для створення

каламбуру, що дозволяє створювати комічний ефект та надавати рекламним текстам додаткові значення, підсилюючи їх експресивність. Використання омонімів дозволяє підкреслити специфіку продукту і викликати асоціації, закріплюючи інформацію в свідомості аудиторії.

Тим не менш, наявність великої кількості омонімів в китайській мові посилює ризики утворення ситуацій непорозуміння, особливо при усному спілкуванні. В більшості випадків можливі непорозуміння знімаються саме завдяки контексту. У тих випадках, коли омонімія є перешкодою для спілкування, китайська мова використовує різні способи для її усунення. По-перше, у процесі розвитку сучасної китайської мови багато односкладних слів розвилися у двоскладні. Деякі омонімічні односкладні слова, перетворюючись у двоскладні, перестають бути омонімами. По-друге, у китайській мові багато морфем, подібних або близьких за значенням, у відповідних умовах їх можна використовувати для взаємозаміни, щоб уникнути негативного впливу омонімії. По-третє, у китайській мові багата синоніміка, у деяких випадках, щоб уникнути плутанини при омонімії, синоніми можуть взаємозамінювати один одного без зміни змісту. Крім того, існують відхилення від правил поєднання та вживання слів і граматичних конструкцій у китайській мові, спрямовані на полегшення комунікації та уникнення омонімії. Ці процеси, хоч і суперечать нормам, розглядаються як природна еволюція мови.

## АНОТАЦІЯ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ

本学期论文探讨汉语中的同义词现象，重点是同义词的不同来源、同义词的不同类型以及同义词对中国文化和日常生活的影响。本任务包括同义词的定义、分类和构成。同义词是指读音相同但意义不同的词，可以根据不同的标准进行分类，例如词的结构、来源和意义之间的关系。这些分类有助于我们了解多义词的性质和特点。

然而，这些分类有助于理解同形异义词。这些分类也有助于理解同音词的性质和特点。总之，本文认为汉语中的同音词有单音节和多音节两种形式。从单音节形式到双音节形式的转变减少了多音节词的数量，但它们仍然是词汇的重要组成部分。此外，多音节词的构成方式也不尽相同，如音变和多音节词的分解。最后，研究表明，同音词会给口语交流带来困难，尤其是当单词发音相同但含义不同时。不过，在大多数情况下，同音异义词可以通过上下文或情景来解释。

本文还探讨了同义词对中国文化和日常生活的影响。汉语的多义性很强，它的使用对中国的文化传统和日常生活影响深远。例如，人们忌讳某些数字和礼物，因为它们与“死”字有负面联想，如忌讳送手表，以免让人联想到“死”。此外，基于同音异义的声音联想，数字编码已成为互联网上一种流行的信息加密方式。同音异义不仅影响语言和文化理解，还广泛应用于传统节日，例如在选择新年餐桌上的菜肴或与庆祝活动有关的表达时。总之，同音异义不仅是语言的一部分，也是文化遗产的重要组成部分，对中国人生活的许多方面产生了重要影响。

本文还探讨了中文广告中同义词的使用以及语言演变对同义词的影响。研究认为，在中文广告中使用多义词可以产生幽默效果，使广告文本更具表现力。通过使用同义词，广告商可以强调广告产品的特点，激发受众的联想，从而加深广告对象在受众心目中的印象。此外，研究还注意到语言的演变和同音异义词使用的变化，从而决定了语言未来的发展方向。总之，这篇学期论文深入研究了汉语同音异义词，



强调了它对语言、文化和日常生活的重要性。通过分析同形异义的几个方面，研究者得出了有价值的结论，有助于我们更好地理解汉语的性质和发展。

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Кірносова Н. А. (2010). *Практична фонетика китайської мови : навч. посіб.* / Н. А. Кірносова. – К.: НАККиМ, 95 с.
- Козоріз О. П. (2013). *Явище омонімії у китайській юридичній термінології: Мовні і контекстуальні картини світу*. Вип. 43(2). с. 47–55.
- Kong Shaoqi. (2001). *Modern Chinese homonyms*. Beijing: Foreign Language Teaching and Research.
- Margaret M. Y. Sung. (1979). *Chinese language and culture: a study of homonyms, lucky words and taboos*. Journal of Chinese Linguistics, Vol. 7, No. 1, pp. 15-28
- 葛本仪. (1985). 汉语词汇研究: 山东教育出版社.
- 孙汝建. (2003). 现代汉语. 南京: 南京大学出版社.
- 武占坤, 王勤. (1983). 现代汉语词汇概要. 呼和浩特: 内蒙古人民出版社.
- 吴启主. (2003). 现代汉语教程. 长沙: 湖南师范大学出版社.
- 李庆荣. (2002). 现代实用汉语修辞, 北京: 北京大学出版社, 263 页
- 张静. (1980). 新编现代汉语(下册), 上海: 上海教育出版社, 338 页.
- 张永言. (1982). 词汇学简论. 武汉: 华中工学院出版, 133 页.
- 周祖谟. (2006). 汉语词汇讲话. 北京: 外语教学与研究出版社.
- Qǔ Juān. (2001). 同音词及其类形. 长春师范学院学报. 长春, №3, 59–62 页.
- 中国社会科学院语言研究所词典编辑室. (2016). 现代汉语词典 (第 7 版). 北京: 商务印书馆.
- «辞海». (1936). (Електронний ресурс). Відновлено з <https://www.cihai.com.cn/home>
- «百度百科». (Електронний ресурс). Відновлено з <http://www.baik.com>