

СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ВОСПРИЯТИЯ КИТАЯ В ОТЗЫВАХ РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ

На основании фронтального просмотра русскоязычных сайтов, посвященных обсуждению поездок в Китай с туристическими целями, в статье рассмотрены языковые способы выражения ценностного восприятия Китая в отзывах российских туристов. Актуальность исследования обусловлена интересом современных наук гуманитарного цикла к изучению ценностного начала культур и выявлению базисных оснований мировоззрения нации и ее отдельных представителей, формирующих облик нации в глобальном мировом пространстве и ее отношение к другим культурам, находящее выражение в разных сферах коммуникации. В результате исследования установлено, что оценочное отношение в большинстве контекстов выражено эксплицитно, основную нагрузку в рассмотренных текстах несут лексические способы выражения оценки. Данный факт обусловлен типом дискурса и характеристиками его участников.

Ключевые слова: язык, культура, сознание, лингвокультурология, категория оценки, способы оценки.

Чтобы выявить отношение представителей одной культуры к другой, необходимо обратить внимание на особенности выражения эмоций, отношения и оценок, которые люди облачают в словесную форму, чтобы описать «чужой» культурный мир. Особый интерес в этом плане представляет изучение ценностного восприятия «дальней» культуры, иными словами, культуры страны, чей быт, нравы, история и культура в значительной степени отличаются от особенностей культуры человека или группы людей, которые выносят оценку. Таким образом, анализ ценностного восприятия Китая, вербализованного в отзывах российских туристов, посетивших эту страну, поможет выявить отношение русских к Китаю и его национально-культурной специфике.

В данной работе источником исследования послужили материалы девятнадцати русскоязычных сайтов, посвященных обсуждению поездок в Китай с туристическими целями, а материалом – отобранные из указанных источников фрагменты текстов, содержащие оценку. Всего в ходе исследования было выделено 86 контекстов, содержащих различные оценки Китая русскими туристами.

Важно принимать во внимание особенности дискурсивного пространства, в которое включены отзывы туристов: форумы о путешествиях, которые послужили источниками для данного исследования, предполагают свободную, непринужденную форму выражения мыслей, эмоций, отсутствие значимых ограничений в способе выражения мнения, стремление выразить напутствия и поделиться впечатлениями в относительно лаконичной в содержательном, но емкой в эмоциональном плане форме. С другой стороны, исследуемые тексты отличаются некоторой тематической ограниченностью, т. к. они связаны с обсуждением, главным образом, вопросов удобства, безопасности, комфорта путешествия, но не касаются многих важных сфер национальной культуры Китая, в том числе духовной. Не так много замечаний туристов связано с обсуждением отношения китайцев к таким константам культурной жизни нации, как Дом, Семья, отношение к старикам и т. п.

Наиболее общая лингвистическая классификация способов выражения оценки связана с выделением двух ее типов: имплицитной и эксплицитной [1, с. 180–199; 2, с. 10; 3; 4, с. 162]. Эксплицитный способ оценивания предполагает разъяснение причин и предпосылок той или иной оценки. Имплицитный способ выражений положительной или отрицательной оценки подразумевает неявное, скрытое выражение оценки действительности. Для передачи оценки в имплицитной форме авторы высказываний используют метафоры, риторические вопросы, сравнение, иронию [5, с. 41].

На интернет-форумах, посвященных обсуждению путешествий в Китай русскими обывателями, в небольших по объему постах чаще встречаются эксплицитные оценочные средства:

«Обратно лифт привозит прямо на третий этаж, где можно перекусить в ресторанах. Кстати, цены **приемлемые**» [6].

Для передачи своего мнения автор высказывания использует прилагательное, семантическое содержание которого включает оценочный компонент. Турист использует слово «приемлемый» в его прямом значении, чтобы описать цены в ресторанах как не слишком высокие, но и не слишком низкие. Кроме того, туристы активно используют имена прилагательные и наречия в их прямом значении, чтобы описать местных жителей:

«С виду китайцы **не очень общительны** и **холодны**, но стоит им **искренно** улыбнуться и завести беседу, как они расплываются в улыбке как дети, на мой взгляд, они даже **наивные немного**» [7].

Форумы о путешествиях русских туристов в Китай содержат также примеры имплицитной оценки реальности, однако встречаются они значительно реже: среди отобранных нами 86 контекстов они присутствовали только в 7. Например:

«Если сравнивать с Турцией, Тайландом и прочими местами, то это **небо и земля!!!**» [8].

В предложении используется метафорическая антитеза «неба и земля», с помощью которой автор положительно оценивает Китай, отдавая ему предпочтение среди других популярных у россиян курортных направлений.

Необходимо отметить присутствие комбинированных способов выражения оценки, включающих в себя компоненты имплицитного и эксплицитного характера:

«*Красивые пейзажи, чистый воздух, вкусная еда, отсутствие машин, доброжелательные люди – что еще нужно оставшим от стрессов горожанам?*» [6].

Здесь туристы используют описание с помощью сочетаний имени существительного и имени прилагательного, позволяющих лаконично охарактеризовать Китай («красивые пейзажи», «чистый воздух»), с риторическим вопросом. Его смысловое содержание воплощает оценку этой страны как места отдыха, позволяющего расслабиться и насладиться тишиной, избыток которой ощущают уставшие от городской суеты русские туристы.

Говоря о конкретных способах выражения оценки посредством языковых единиц, исследователи обычно связывают их с разными уровнями языковой системы, выделяя словообразовательные [9, с. 101; 10, с. 46], лексические [1, с. 198–199 и др.], морфологические [2, с. 6], синтаксические [11, с. 155; 12, с. 18] и контекстуальные [2, с. 10].

Фронтальный просмотр сайтов и анализ отобранных в результате этого фрагментов отзывов показал, что авторы отзывов используют большинство способов выражения оценки, однако соотносятся они друг с другом в процентном соотношении неравномерно.

Так, в просмотренных контекстах достаточно редко (в 2 из 86 контекстах), несмотря на их распространенность в русском языке, встречаются **словообразовательные** способы выражения оценки:

«Отель в небольшой двухмиллионной *деревушке* Чжухай в промышленном районе Китая соответствует всем европейским стандартам» [7].

«Рядом с нашим отелем была пешеходная *улочка* (вроде нашего Арбата), там мы покупали *магнитики*, чай, веера и прочее» [7].

«Из плюсов: чистые пляжи, отели на первой линии, тьма-тьмущая *ресторанчиков* на набережной» [7].

Оценочным в чистом виде является только использование уменьшительно-ласкательного суффикса в первом примере («деревушке»). Любопытно, что прилагательные с уменьшительно-ласкательным суффиксом практически не встречаются при описании внешности китайцев и бытовых особенностей. Формы «магнитики» во втором примере и «ресторанчиков» не обладают культурной оценочной семантикой, т. к. относятся к характеристике купленного сувенира, мелочи, привозимой из любой страны, или маленьких ресторанов, расположенных вдоль променада в любом курортном месте. Уменьшительно-ласкательные суффиксы и другие подобные средства, распространенные в русском языке и очень характерные для обывденной речи, помимо оценочности несут в себе компонент эмоционального сопереживания, сочувствия, предполагающего понимание и близость предмета речи говорящему. Китайская же культура вызывает интерес, но не является близкой и понятной, поэтому словообразовательные способы выражения оценки в отзывах российских туристов оказываются сведены к минимуму.

Лексические способы оценки:

«<...> здесь (Санья) *самый чистый в Китае* воздух, возможность каждое утро купаться в море, *экологически чистые* продукты...» [13].

«Да, я в Китае *адаптировалась полностью* и, кажется, это произошло *мгновенно, в первые же дни*» [13].

«В отеле у нас были завтраки, *еда немного непривычная, но вкусная*» [7].

«Музей искусств в Гуанчжоу станет *настоящим открытием* для ценителей китайского искусства. В музее можно увидеть *богатую* коллекцию живописи, каллиграфии и скульптуры. Одним из самых популярных залов в музее стал зал с тибетскими коврами, где можно увидеть *уникальные шедевры* ручной работы» [13].

Лексические способы оценки встречаются в отзывах чаще всего (в 79 контекстах). С помощью слов, используемых в прямом или же в хорошо укоренившемся переносном значении, дается короткая лаконичная оценка всему, что встречается на пути туриста и привлекает его внимание. Главную роль среди них выполняют прилагательные и наречия, существительные и глаголы также часто выступают в роли оценочных средств – в данном случае оценочность выступает неразрывно с номинацией («шедевры»). При этом выбор оценочных средств бывает нередко избыточным («уникальные шедевры»).

Синтаксические способы выражения оценки встречаются в отзывах довольно часто (в 42 контекстах):

«Для нас, жителей Владивостока, *Китай словно соседний регион*» [7].

«Я китайскую еду есть не могу совсем, *не нравится она мне*» [7].

«Лоян – этот *тихий, спокойный, но невероятно красивый и “китайский” по духу город*» [14].

В качестве синтаксических способов выражения оценки в отзывах туристов встречаются несложные синтаксические конструкции (сравнения, уточнения, ряды однородных членов предложения, дополненные осложняющими уточнениями). Характер дискурса определяет относительную простоту синтаксических конструкций и отсутствие более сложных изобразительно-выразительных фигур, требующих от участников коммуникации особых навыков.

Контекстуальные / смешанные способы выражения оценки встречаются в 29 контекстах:

«*Здесь можно заняться массой интересных дел, начиная с посещения музеев и театров и заканчивая участием в многочисленных соревнованиях по караоке – одному из самых любимых развлечений китайцев*» [7].

Достаточно часто встречаются подобные предложения, в которых оценочная нагрузка лежит не только на лексике, но обозначается всей совокупностью содержания и формальных особенностей его воплощения (это обусловлено коммуникативной задачей авторов: поделиться своим опытом поездки, а значит, дать

оценку). Например, основной смысл этого предложения – указание на многочисленные возможности активного культурного отдыха в Китае, что является залогом хорошего путешествия и предполагает положительную оценку.

На основании фронтального просмотра отобранных контекстов было установлено, что оценочный компонент играет значительную роль в отзывах российских туристов о Китае. Это обусловлено коммуникативной задачей отзывов: дать оценку своему путешествию, описать его достоинства и недостатки, поделиться опытом с другими. Тексты отзывов представляют чаще всего живую, неподготовленную и непродуманную письменную речь. Их автор – среднестатистический российский турист. Это обуславливает относительную простоту используемых средств выражения мысли, что подтверждает произведенный нами разбор используемых в отзывах способов выражения оценки. Установлено, что в отзывах российских туристов о Китае преобладают эксплицитные оценочные характеристики (в 79 контекстах из 86), выражаемые потенциалом прямых значений используемых слов или конструкций. Основную семантическую нагрузку во всех просмотренных контекстах несут лексические способы выражения оценки (в 79 контекстах из 86). В 35 из них они совмещаются с другими средствами (синтаксическими и контекстуальными). Данный факт обусловлен типом дискурса и общей принадлежностью большинства авторов к представителям маргинальной культуры.

Таким образом, результаты исследования не только представляют показательную характеристику культуры Китая в аспекте ценностного восприятия средним представителем современного российского общества, но и дает ценный материал для изучения данного типа дискурса в целом.

Список использованных источников

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
2. Вежицкая А. Лексическая семантика в культурно-сопоставительном аспекте // Вежицкая А. Семантические универсалии в описании языков. – М., 1999. – С. 653–777.
3. Ягубова М. А. Лексико-семантическое поле «оценка» в разговорной речи: классификация видов оценок // Типы языковых единиц и особенности их функционирования. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1993. – С. 37–42.
4. Погорелова С. Д. Основные языковые средства выражения оценочного значения (на примере политических речей Отто фон Бисмарка // Филологические науки в России и за рубежом: мат-лы междунар. науч. конф. – СПб.: Реноме, 2012. – С. 162–165.
5. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 280 с.
6. Архив рубрики: Рассказы о путешествиях // Китайский акцент. URL: <http://kitayskiy-akcent.ru/category/puteshestvuem/rasskazy-o-puteshestviyah> (дата обращения: 03.05.2015).
7. Тонкости туризма [Сайт]. URL: <http://tonkosti.ru> (дата обращения: 08.05.2015).
8. Top hotels. Рейтинг отелей и гостиниц мира. [Сайт]. URL: <http://www.tophotels.ru> (дата обращения: 08.05.2015).
9. Виноградов В. В. Русский язык. Грамматическое учение о слове. – М.: Высшая школа, 1996. – 640 с.
10. Вендина Т. И. Семантика оценки и ее манифестация средствами словообразования // Славяноведение. – 1997. – № 4. – С. 41–48.
11. Сковородников А. П. Экспрессивные синтаксические конструкции современного русского литературного языка. – Томск, 1994. – 264 с.
12. Темиргазина З. К. Оценочные высказывания в современном русском языке: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Павлодар, 1999. – 51 с.
13. Way2China. Блог о Китае [Сайт]. URL: <http://way2china.ru> (дата обращения: 27.05.2015).
14. Saga. Туристический оператор [Сайт]. URL: <http://www.saga.ua> (дата обращения: 20.05.2015).

Ли Бонань, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: 731839276@qq.com

Седельникова О. В., д-р филол. наук, профессор

Национальный исследовательский Томский политехнический университет
E-mail: sedelnikovaov@tpu.ru

Ly Bonane, Sedelnikova O. V.

THE WAYS OF EXPRESSION OF VALUABLE PERCEPTION OF CHINA IN REVIEWS OF RUSSIAN TOURISTS

The present article, based on cursory inspection of Russian-speaking websites dedicated to discussion of trips to China, focuses on linguistic ways of expression of valuable perception of China in reviews of Russian tourists. The significance of the work is caused by interest of modern humanities in study of axiological basis of cultures and in revealing foundations of the worldview of the given nation and its representatives that determine the global image of a nation and its relation to other cultures expressed in different spheres of communication. As a result, the authors reveal that in most contexts the axiological relation is expressed explicitly by lexical means representing assessment. This fact is explained by the discourse type and particularities of its participants.

Keywords: *language, culture, consciousness, linguocultural studies, category of assessment, ways of assessment*

Ly Bonane, student
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: 731839276@qq.com

Sedelnikova O. V., PhD in Philology, Professor
National Research Tomsk Polytechnic University
E-mail: sedelnikovaov@tpu.ru

Ламбина В. А., Храмченко О. А.

СЛЕНГ В СОВРЕМЕННОМ КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В статье рассматриваются наиболее употребляемые молодежью слова и выражения современного китайского языка. Цель работы – выявить особенности образования сленгизмов, определить сферу их употребления и составить их классификацию.

Ключевые слова: Китай, сленг, молодежь, классификация, словообразование, лингвистика, лексика, морфема, сленгизм.

Данная тема интересна нам по ряду причин: одна из них – это то, что мы изучаем китайский язык, и, находясь в Китае, нам, соответственно, придется в основном общаться с молодежью. Во-вторых, сленг является одной из интереснейших языковых систем. Это явление крайне нестабильное и переменчивое, полезное и увлекательное для тех, кто хочет разнообразить свое общение. Кроме того, изучение сленга помогает понять степень изменения всего общества в целом посредством языка и общения.

Целью нашей работы является выявление наиболее часто употребляемых слов и выражений в разговорном языке китайской молодежи и их классификация.

В первую группу сленгизмов можно выделить слова, образованные посредством смыслового развития (замены словарного соответствия). Например: 位到 wèidào – (дошли) проехали (забыли).

Вторую группу составляют сленгизмы с буквальным значением (слова с изменением значения в положительную или отрицательную сторону). Например: 调情 tiáoqíng – флиртовать.

Следующая группа содержит в себе сленгизмы, образованные посредством: *фонетических калек* (贝贝 bèibèi – детка (Baby); 哇 Wā – Вау!); *семантических калек с английского языка* (甜蜜 tiánmì – сладкий (для обращения к другу/подруге) от англ. слова Honey); *графических калек* (牛 niú – Круто!; 牛 niú – корова, восходит к изображению головы коровы с рогами); *семантического способа* (郁闷 yùnmèn – (грустить, тосковать) находится в состоянии депрессии) [1, с. 25].

Обращаясь к лексической стороне изучаемого нами предмета, можно отметить наличие синонимического ряда к одному и тому же слову или выражению (笨蛋 bèndàn – дурак; 二百五 èrbǎiwǔ – дурак; 呆瓜 dàiguā – дурак). Причина этого заключается в законах развития языка, индивидуальном мышлении, а также территориальной и языковой разобщенности. Сленгизмы с положительным эмоциональным оттенком, которые употребляются в речи китайской молодежи для выражения положительных эмоций, а также для положительной оценки качеств человека, в своем составе могут иметь: морфемы животных (牛 niú – Круто! В данном слове морфема «牛 niú» имеет дословный перевод «корова»); морфемы сладких продуктов (蜜 mì – сладенькая (подруга). В данном слове морфема «蜜 mì» имеет дословный перевод «мед»).

Так как мы ведем речь о сленге именно среди молодежи, нельзя не отметить сленг в интернет-среде. Нами были найдены наиболее употребляемые слова и выражения, такие как: 太棒了! tàibàngle, что означает «Класс! Суперски!». Можно использовать как отдельно, так и в связке, например, 你太棒了! (Nǐ tàibàngle) – «ты классный»; 不是我的菜 (bú shì wǒ decài), что означает «Не для меня, не в моем вкусе, не мой конек».

Например, 我不去, 那不是我的菜 (wǒ bù qù, nà bú shì wǒ decài), «я не пойду, я пас» [2].

Итак, в результате работы было выделено несколько групп сленгизмов, которые образованы различными способами.

Список использованных источников

1. Свищук А. В. Классификация молодежного сленга китайского языка // Материалы 51-й Международной научной студенческой конференции «Студент и научно-технический прогресс»: Иностранные языки: лингвистика и межкультурная коммуникация / Новосиб. гос. ун-т. – Новосибирск, 2013. – С. 26-26. [Электронный ресурс]. URL: <http://issc.nsu.ru/upload/issc13/20%20Foreign%20Languages.pdf>
2. Молодежный сленг на китайском языке // Журнал о Китае Sadpanda. 31 марта 2015. URL: <http://sarpanda.cn/archives/20397> (дата обращения: 19.05.2015).

Научный руководитель А. Г. Данков, канд. ист. наук, доцент ТПУ