

ОСОБЕННОСТИ НОМИНАЦИЙ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ КАК ОТРАЖЕНИЕ СВОЕОБРАЗИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО МЕНТАЛИТЕТА

Важную часть лингвистических исследований, посвященных изучению соотношения языка и картины мира носителей языка, составляет теория номинации. Предполагается, что язык является отражением картины мира, которая формируется в процессе познания. Акт номинации, в свою очередь, определяется как сложный речемыслительный процесс, который осуществляет синтез обозначаемой действительности, формы мышления и языка.

Целью работы является выявление ментальной и языковой обусловленности видов номинаций, что в дальнейшем определяет выбор переводческих трансформаций.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих задач:

1) с опорой на научную литературу сформулировать и соотнести понятия «номинация» и «менталитет»;

2) систематизировать результаты реферирования литературных источников в трудах российских и зарубежных синологов (по проблемам номинации);

3) выявить ключевые идеи в научной литературе, описывающей характер и особенности китайских номинаций;

4) используя метод наблюдения и лингвокультурологический анализ китайских рекламных текстов на китайских интернет-сайтах, собрать материал по проблеме номинации товаров автомобильной промышленности и коммерческих объектов (не менее 100 единиц);

5) выявить основные особенности наименований китайских коммерческих объектов, которые являются отражением ментальности китайцев;

6) обобщить результаты проведенного исследования и сделать выводы.

При соотношении дефиниций «номинация» и «менталитет» за основу было взято определение номинации из энциклопедического словаря под ред. В.Н. Ярцевой. Во-первых, номинация определяется как образование языковых функций, которые служат для вычленения и названия объектов действительности, формирования соответствующих понятий о них в форме слов, словосочетаний, фразеологизмов и предложений. Номинация, соответственно,

характеризуется номинативной функцией. Также понятием «номинация» обозначается и значимая языковая единица как результат процесса номинации. Во-вторых, термин «номинация» описывает совокупность проблем, связанных с изучением динамического аспекта актов наименования, исследуемых в теории референции. В-третьих, «номинация» описывается как «суммарное обозначение лингвистических проблем, связанных с именованием, а также со словообразованием, полисемией, фразеологией, рассматриваемыми в номинативном аспекте» [1. С. 336].

В процессе номинации формируется семантика языковых единиц, языковые функции, способность этих единиц указывать на предметы действительности. Для изучения закономерностей номинации и закономерностей употребления номинаций в речи используется анализ номинаций и номинативного аспекта значения языковых единиц.

Новый словарь русского языка определяет понятие «менталитет» как мировосприятие и мироощущение народа, которое определяется национальными обычаями, образом жизни, нравственностью и мышлением.

Большой толковый словарь русского языка под редакцией С.А. Кузнецова рассматривает менталитет как особое сочетание психических свойств и качеств, определяющее характерные черты умонастроения и мировосприятия человека, социальной группы или отдельного народа [2].

Словарь иностранных слов определяет понятие «менталитет» как интеллектуальный внутренний мир индивида, характер и способ мышления, характерный для личности или общественной группы; специфичный склад ума, мировосприятие.

Все эти определения объединяет одно: менталитет определяет способ мышления индивида, группы индивидов или целой нации, он представляет собой специфичный склад ума и мировосприятия.

Клайд Кей Мейбен Клакхон, социальный антрополог, высказывает идею о том, что язык представляет собой нечто большее, чем механизм для обмена информацией, орудие самовыражения, приспособления для выпуска эмоциональной энергии или инструмент, побуждающий других людей совершать некие поступки. Язык, по его мнению, является еще и особым способом мировоззрения, интерпретации и категоризации опыта [3]. Язык и языковые изменения не могут быть поняты без сопоставления языкового поведения с другими поведенческими факторами. Номинация служит для вычленения и называния

объектов действительности, формирования соответствующих понятий о них в форме слов, словосочетаний, фразеологизмов и предложений. Именно в них проявляются социальные акценты, культурные интересы, характер и склад мышления, мотивации.

Номинация как языковая единица теснейшим образом связана с менталитетом носителя языка. В процессе номинации проявляются глубинные понятийные образы языка, формируя определенную логику и философию. Таким образом, можно сделать следующие выводы о соотношении понятий «номинация» и «менталитет»:

- номинация представляет собой проявление представлений о картине мира носителей языка;
- номинация как языковая единица рождается под влиянием культуры и менталитета;
- номинация является проявлением социальных и культурных аспектов, специфического склада ума;
- номинация обладает универсальностью для каждого индивида определенной нации.

Для анализа китайских номинаций нами были использованы три классификации:

- классификация номинаций по языковой структуре (статья Цзяна Юнчжо «Лингвистические механизмы номинации» [4]);
- классификация наименований коммерческих объектов по звуковому содержанию (работа Ли Лижуя на соискание докторской степени «Анализ особенностей языка коммерческих объектов в Китае» [5]);
- классификация наименований коммерческих объектов по семантической составляющей (указанная выше работа Ли Лижуя).

Классификация номинаций по языковой структуре включает следующие типы номинаций:

1) простые номинации (单纯性命名): например, «狗 – собака», «猪 – свинья», «人 – человек», «玻璃 – стекло» и т. д.;

2) номинации-сочетания (语词性命名), которые, в свою очередь, делятся на несколько подтипов:

- номинации, образованные по атрибутивной модели (陈述式): «月亮 – луна» (данная номинация состоит из двух частей: 月 yuè – луна и 亮 liàng – яркий, сверкающий), «地震 – землетрясение»

(номинация состоит из двух частей: 地 dì – земля и 震 zhèn – трястись, греметь) и т. д.;

– номинации с подчинительной связью (陈述式): «黑板 – школьная доска» (данная номинация состоит из двух частей: 黑 hēi – черный и 板 bǎn – доска), «皮袄 – шуба на меху, халат на меху» (данная номинация состоит из двух частей: 皮 pí – кожа, мех, шкура и 袄 ǎo – длинная кофта, длинный халат) и т. д.;

– пояснительные номинации (述宾式): «司令 – командир» (данная номинация состоит из двух частей: 司 sī – управлять, командовать, глава и 令 lìng – приказ); «戒指 jièzhǐ – кольцо» (данная номинация состоит из двух частей: 戒 jiè – кольцо и 指 zhǐ – палец) и т. д.;

– номинации сочинительной / соединительной модели (联合式): «矛盾 – конфликт» (данная номинация состоит из двух частей: 矛 máo – копье и 盾 dùn – щит) и т. д.;

– номинации, образованные методом аффиксации (词缀式): «学者 – ученик», «骗子 – обманщик» и т. д.;

3) номинации-сокращения (缩略性命名), например: «高考 – экзамены в вузы Китая», образованное от 高等考试, «清华 – университет Цинхуа», образованное от 清华大学 и т. д.;

4) номинации-фразы (短语性命名): «洗衣机 – стиральная машина», «广西大学 – университет Гуанси», «购物中心 – торговый центр» и т. д.;

5) номинации – фразовые обороты (语句性命名), например, названия цветов: «仙客来 – цикламен» и «夜来香 – тубероза»;

6) номинации, содержащие образное, фигуральное выражение (辞格框架命名), например, 熊猫 «蜗牛 – улитка» (данная номинация состоит из двух частей: «蜗 wō – улитка» и «牛 niú – бык, корова»), «白衣天使 – медсестра, санитарка» (данная номинация состоит из двух элементов: «白衣 báiyī – белая одежда» и «天使 tiānshǐ – ангел») и т. д. [4].

Классификация наименований коммерческих объектов по звуковому содержанию включает следующие пункты:

1) формирование названий коммерческих объектов с использованием повторов / удвоений: 巴拉巴拉童装点 – магазин одежды для детей «Бара-бара»; 美美制造 – магазин одежды «Качественная и невероятно красивая»;

2) формирование названий коммерческих объектов с использованием омофонов [5]:

– 食全酒美 shí quán jiǔ měi ресторан «И напитки, и еда» = 十全九美 shí quán jiǔ měi «совершенный, почти без изъянов»;

– 好食多 Hǎo shí duō кафе «Много вкусной еды» = 好事多 hǎoshì duō «много благодати, добрых дел или милости»;

– 饰饰如意 Shì shì rúyì магазин «Столько одежды, сколько пожелаешь» = 事事如意 shì shì rúyì «пусть всё сбывается, как пожелаешь»;

– 美食美客 měi shí měi kè ресторан «Вкусная еда, интересные клиенты» = 每时每刻 měi shí měi kè «всегда, в любой момент».

В процессе анализа была выведена особая структура, характерная именно для китайских названий коммерческих объектов: **оригинальное / специфическое название + видовое название + родовое название.**

Классификация наименований коммерческих объектов по семантической составляющей включает в себя следующие типы номинаций:

1) названия коммерческих объектов с полной структурой: 发艺频道美发沙龙 Fā yì pín dào měifǎ shānlóng «салон-парикмахерская “Искусство красоты волос”»;

2) названия коммерческих объектов с частичной структурой (наименования, сформированные сочетанием оригинального / специфического названия и видового названия либо оригинального / специфического названия и родового названия): 时光衣服 shíguāng yīfu «магазин одежды “Современность”»; 百度食堂 bǎidù shítáng «столовая “Сто градусов”»; 现代内衣 xiàndài nèiyī – белье «Современность»; 古今内衣 gǔjīn nèiyī – белье «На все времена»;

3) названия коммерческих объектов, состоящие лишь из оригинального / специфического названия: 巴黎春天 bālí chūntiān «Парижская весна»; 美味包子 měiwèi bāozi «Вкусные баоцзы»; 饺子王 jiǎozi wáng «Император пельменей».

В результате проведенного исследования, анализа и классификации наименований коммерческих объектов можно сделать следующие выводы об особенностях названий китайских коммерческих объектов.

1. Язык науки также отражает особенности мышления. Так, китайскому языку науки присуща меньшая степень абстрактности.

Термин «номинация» обязательно требует принадлежности к какому-либо кругу явлений.

2. В процессе номинации часто используется языковая игра: такие приемы, как каламбур, повтор и употребление омофонов.

3. Номинация отражает следующие характерные черты ментальности китайцев:

- апелляция к близости, сокращение дистанции между продавцом / исполнителем услуг и покупателем / потребителем услуг (отражает коллективизм как национальную черту);
- снижение степени формализованности;
- стремление к образности и одновременно конкретности языковой репрезентации;
- доминирование эмоционального над рациональным;
- актуализация семейных ценностей.

4. В номинациях, в частности в наименованиях коммерческих объектов, прослеживается очевидность связи между языком и менталитетом. И именно поэтому многие китайские и российские лингвисты выбирают тексты, содержащие номинации, в качестве объекта исследования. В таких текстах исследователю отчетливо виден потенциал их культурноносности и наукоемкости.

Список использованных источников

1. Телия В.Н. Номинация // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 336–337.
2. Большой толковый словарь русского языка / под ред. С.А. Кузнецова. – СПб.: Норинт, 2000. – 1536 с.
3. Клайд Кей Мейбен Клакхон. Зеркало для человека. Введение в антропологию / пер. с англ. под редакцией к. филол. н. Панченко А.А. – СПб.: Евразия, 1998. – 352 с.
4. 论命名的语言学机制. 广西大学学报(哲学社会科学版), 广西大学文学院语言学研究中心, 广西南宁, 2008. Цзян Юнчжо. Лингвистические механизмы номинации. – Наньнин, 2008.
5. 岳麓山大学城店铺名称的语言学研究 – 毕业论文, 2007. 李 李君. Исследование особенностей языка названий коммерческих объектов в Китае. – Пекин, 2007.

Научный руководитель С.А. Песоцкая, к. филол. н., доцент ТПУ