

ознак, адже в свідомості носіїв мови вони мають чітку асоціативну прив'язку до позитивного чи негативного досвіду, реального чи імплікованого.

Отже, кліше та мовні штампи в політичному дискурсі китайських ЗМІ не лише реалізують стилістичну функцію, але також мають потужний сугестивний потенціал. Дана мовна форма підсилює офіційність повідомлення і надає йому наукоподібного забарвлення, що збільшує рівень довіри реципієнтів до поданої інформації. Крім того, кліше та мовні штампи створюють у адресатів повідомлення ілюзію стабільності, впевненість, що деякі речі, знайомі та звичні, залишаються незмінними.

Мовні штампи сприяють утворенню шаблонного, стереотипного мислення, а люди з таким складом мислення схильні до примітивізації у процесі пізнання, що робить їх більш уразливими для впливів та маніпуляцій. Адже шаблонне мислення забезпечує некритичне сприйняття інформації та формування в свідомості реципієнтів примітивних ментальних стереотипів. Людина, яка мислить стереотипами, схильна сприймати світ у чорно-білому світлі, отже вразлива для впливу негативних ярликів та позитивної номінації. Таким чином, мовні штампи

Б. Нечипоренко, асист.

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев

### СУГГЕСТИВНАЯ ФУНКЦИЯ КЛИШЕ И ЯЗЫКОВЫХ ШТАМПОВ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ КИТАЙСКИХ СМИ

*Данная статья посвящена определению суггестивного потенциала клише и речевых штампов в рамках политического дискурса китайских СМИ. В статье рассмотрены функциональные и лексико-грамматические особенности особенностей указанных речевых форм. Статья касается вопроса классификации клише и речевых штампов, на примере стёртых метафор и стандартизованных клише рассматривает принципы их использования.*

B. Nechyporenko, teaching assistant

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

### SUGGESTIVE FUNCTION OF LANGUAGE CLICHÉS IN POLITICAL DISCOURSE OF THE CHINESE MEDIA

*This article is devoted to the suggestion function of clichés and hackneyed phrases within the political discourse of the Chinese media. In particular, it touches upon the stylistical, grammatical and lexicological peculiarities. The functioning of clichés and hackneyed phrases is analysed through the dead metaphor and standardized set phrases.*

УДК 811.521

О. Озерська, канд. пед. наук, доц.

Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди, Харків

### БАР'ЄРИ У МІЖКУЛЬТУРНІЙ ДІЛОВІЙ ЯПОНСЬКО-ЗАХІДНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

*У статті наведено приклади лінгвістичних і паралінгвістичних особливостей ділової японської мови, зокрема, їх порівняння з англійською мовою. Розглянуто комунікативні ситуації ділової міжкультурної взаємодії японців і західних партнерів. Підкреслено, що подолання бар'єрів у міжкультурній комунікації сприятиме більш глибоке розуміння специфіки японської мови, а також урахування соціокультурних чинників, які формують національний характер японців.*

Останнім часом проблема міжкультурної комунікації є надзвичайно актуальною, оскільки в умовах сучасної світової інтеграції в усіх галузях суспільства постала проблема виховання терплячості і поваги до чужих культур, пробудження зацікавленості до них, подолання взаємних протиріч, намагання знайти спільне або зрозуміти і надати пояснення фактам і явищам, характерним для інших культур.

Ділова міжкультурна комунікація має низку специфічних рис. Як відомо, невід'ємною складовою ділового спілкування є мовна культура фахівця, володіння на належному рівні її літературними нормами у галузі економіки, організації і планування виробництва. Але ж в умовах приналежності ділових партнерів-співрозмовників до різних культур, крім їх професійної компетентності, мовної майстерності, необхідне розуміння певних соціокультурних чинників, які визначають поведінку партнерів-представників інших культур.

Оскільки Японія є однією з економічно розвинутих країн світу, міжкультурна ділова комунікація японців з

набувають аксіологічної ваги і впливають на індивідуальну оцінку реципієнта.

#### Список використаних джерел

1. Бендлер Р., Гриндер Д. Шаблоны гипнотических техник Милтона Эриксона с точки зрения НЛП. – Симферополь, 2008.
2. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка современной газетной публицистики. – М., 1971.
3. Ларина Т.С. О некоторых определениях клише зарубежными ученими // вестник Московского университета. – 1975. – сер. XI. – С. 36.
4. Лингвистический энциклопедический словарь/ Под ред. В.Н. Ярцевой. – М., 1990.
5. Никитина Т.Н. Грамматика китайского публицистического текста. Санкт-Петербург, 2007г.
6. Слухай Н.В. Лингвистичне програмування поєдинки людини: навчально-методичний посібник. – К., – 2010 с.
7. 中国共产党新闻: 在中国共产党第十六次全国代表大会上的报告 <http://cpc.people.com.cn/GB/64162/64168/64569/65444/4429123.html>
8. 青年军事: 中美两军良性互动"钥匙"在哪 [http://youth.chinamil.com.cn/qnht/2012-08/30/content\\_5010848.htm](http://youth.chinamil.com.cn/qnht/2012-08/30/content_5010848.htm)
9. 东北新闻网: 把社会效益放在首位——四轮推进辽宁文化强省建设 <http://liaoning.nen.com.cn/liaoning/312/3567312.shtml>
10. 内蒙古广播网: 胡锦涛: 改革开放是决定当代中国命运的关键抉择 <http://www.nmrb.cn/Article/200810/20081018114739.html>, <http://www.nmrb.cn/Article/200810/20081018114739.html>.

Надійшла до редколегії 08.10.12

представниками інших країн світу є необхідною засадою для успішного ведення бізнесу у цій країні. Однак у міжкультурній діловій японсько-західній комунікації існують мовні та культурні бар'єри. Ділове спілкування може бути дуже складним і навіть безрезультатним у випадку відсутності знань культурних особливостей одного з партнерів, тим більше, що представник однієї з ділових сторін, зазвичай, спілкується мовою партнера. Чим вище рівень оволодіння іноземною мовою партнера, тим більш адекватні ділові переговори. Переважно саме японці знаходяться у менш вигідній ситуації, оскільки найчастіше ведуть перемовини англійською мовою – мовою інтернаціонального ділового спілкування. І тому вони, як правило, сприймають реалії ділової комунікації через власне сприйняття ситуації.

Метою даної статті є висвітлення певних бар'єрів, які виникають у процесі міжкультурної ділової комунікації партнерів з Японії і країн Заходу, що ускладнює ведення ділових перемовин, створює непорозуміння і заважає успішному веденню бізнесу з обох сторін.

© Озерська О., 2013

Актуальністю даної теми дослідження є те, що, по-перше, останнім часом світові економічні процеси обумовлюють необхідність співробітництва Заходу і Сходу з метою подальшої інтеграції у сфері ділових відносин, і, по-друге, Україна як представник західного світу не може залишатись осторонь цих процесів, і в майбутньому її зв'язки з Японією ймовірно матимуть тенденцію до поглиблення. Тому вивчення проблеми бар'єрів у міжкультурній діловій комунікації представників Японії і Заходу сприятиме їх подоланню і створенню сприятливої атмосфери для успішного ведення бізнесу.

Отже, розглянемо причини, які обумовлюють критику японців з боку західних ділових партнерів. Зокрема, західні партнери вважають, що:

1. Японці настільки ввічливі і обережні, що важко здогадатись, про що вони думають.

2. Посміхаючись, японці нічого не говорять; хитають головою, начебто погоджуючись, хоча у цей час вони можуть бути або зовсім не згодними з думкою партнера, або сумніватись у ній.

3. Під час переговорів японці використовують нечіткі слова і неточні фрази, відступи, щоб співрозмовник сам зробив висновки.

4. Японці завжди дотримуються формальної поведінки, зважаючи кожне слово і кожен рух.

5. Загальновідомим є той факт, що японські ділові партнери повільно приймають рішення і завжди уникають поспіху і спонтанних рішень.

6. Японці завжди вибагаються, навіть у тому випадку, коли для вибачення немає підстав.

7. Японці мовчать, уникаючи прямого запитання [5, с. 88].

Треба зазначити, що дані комунікативні відмінності у поведінці східних партнерів обумовлені сутністю японської мови, комунікативними навичками японців у процесі міжособистісної взаємодії у таких культурних категоріях як переконання, цінності, само сприйняття, соціальна організація, невербальні жести і постави, використання простору і часу.

Для усунення бар'єрів у спілкуванні з японцями необхідно враховувати певні культурні і лінгвістичні складові успішної комунікації. Глибоке знання і розуміння мови партнера сприятиме налагодженню сприятливої атмосфери ділових контактів та підвищенню їх ефективності.

Як відомо, мова – це само організована система, в якій стисло проявляється національна культура. Кожна мова має власну унікальну систему лексики, фразеологічних зворотів і граматичних категорій.

Японська мова вважається однією з найскладніших мов світу. Її писемність містить три елементи: "kanji" (漢字) – ієрогліфи, дві абетки: "катакану" (かたかな) і "хірагану" (ひらがな). Японці вміють читати і писати, використовуючи більше ніж 3 тис. ієрогліфів з їх комбінаціями, володіти двома азбуками одночасно. І оскільки японська мова не належить до індоєвропейської мовної групи, то її фонетичні, граматичні і синтаксичні складові абсолютною відмінністю відрізняються від європейських мов. В японській мові також використовуються й тисячі англійських слів – "gaigo" (外来語), але їх вимова кардинально змінена відповідно до унікальної фонетичної системи японської мови.

В японській мові всього 5 голосних і 17 приголосних букв. Голосні букви короткі або подовжені. Кожна приголосна фонема, крім [ŋ] завжди закінчується однією з п'яти голосних. Наголос і інтонація значно відрізняються від тих, які є в англійській (чи українській) мовах. Основна структура речення – це: "суб'єкт (іменник) – об'єкт (іменник) – дія (дієслово)". Наприклад, речення відповідно до порядку слів японського речення буде

побудоване так: "This (kore ) dictionary (jisho) is (desu)" ("Це – словник – є") (これは辞書です).

Узгодження між іменником і дієсловом не є важливим, оскільки одна форма "desu" (です) може використовуватись як в однині, так і у множині. Досить часто іменник опускається. До того ж у японській мові немає еквіваленту артиклів "a" і "the".

Ці особливості впливають на помилки японців, які розмовляючи англійською, не промовляють певні слова, допускаючи граматичні помилки. Носії японської мови не вимовляють звуки [ŋ] і [p]. Наприклад, вони не можуть розрізнити на слух вимову слів, які починаються з таких приголосних: "light – right", "club – crab", "lice – rice".

Японці не можуть також правильно вимовити ні звук [l], ні звук [r], замість цього вимовляють звук, схожий на щось середнє між ними.

До інших звуків, яких немає в японській мові, відносяться такі звуки, які позначаються у написанні приголосними або їх комбінацією: "f" (fox), "v" (vase), "th" (that), "sh" (she), "ch" (chart), "wh" (where) і голосні в словах "cat", "sun", "ought", "egg". Оскільки в японській мові немає слів з групою приголосних, слово "street", наприклад, вони вимовляють як "sutoriito" з голосною після приголосних букв.

Японці можуть також пропускати артиклі, ігнорувати узгодження іменника і дієслова, а також не дотримуватись правил вимови, інтонації. На жаль, англійська мова з японським акцентом може стати серйозним бар'єром у діловій комунікації.

Ще однією з особливостей японської мови є те, що вона надзвичайно статусно-орієнтована, оскільки японське суспільство характеризується складною ієрархічною системою. Наприклад, для займенника "ти/ви" в японській мові є декілька еквівалентів "sochira" (こちら), "otaku" (お宅), "anata" (あなた), "kimi" (君), "omae" (お前), "otemae/temei" (お手前、てめー) в залежності від ступеню ввічливості. Зокрема, займенник "anata" (あなた) ніколи не можна вживати відносно людини більш високого статусу [4].

Використання певної форми дієслова, яка залежить від статусу мовця і співрозмовника також є особливістю ввічливої японської мови. Наприклад, англійське слово "come" може відповідати японським еквівалентам: "o mie ni narimasu" (お見えになります), "oide ni narimasu" (おいでになります), "irasshaimasu" (いらっしゃいます), "kimasu" (来ます), "kuru" (来る). Кожний японець, виходячи із даної конкретної ситуації, знає, яку форму йому слід вживати.

Більшість західних культур має егалітарний (порівняльний) характер і тому багатьом західним співрозмовникам буває складно враховувати ієрархічність японської мови. Нині "чимало людей має проблеми міжкультурного непорозуміння, зумовленого розбіжностями в культуроспецифічних нормах комунікації. Це викликає в партнерів почуття невпевненості й остраху допустити помилку, потрапити до "комунікативної пастки" [1, с. 414].

Наступним бар'єром в японській комунікації з західними партнерами є манера побудови відповідей на запитання. У відповідь на запитання: "You don't agree with me, do you?" (Ви ж не згодні зі мною?) в японській граматиці правильною є відповідь: "Yes, I don't agree with you" (Так, я не згоден), тобто підтвердження заперечення. Також ця проблема комунікації пов'язана з відмінностями у вживанні слів "yes" (так) і "no" (ні) в англійській і японській мовах. Якщо японець говорить "yes" (так), це не значить, що він погоджується. Це лише ознака розуміння ним проблеми ("я чую про що йде мова"). У багатьох випадках японці підсвідомо можуть

переносити комунікативні звички і у спілкування англійською мовою. Саме тому, західні партнери скаржаться на те, що японці дуже часто говорять "так", коли мають на увазі "ні" [5, с. 69].

Японський дослідник М. Імаї підкреслює, що японські слова позбавлені конкретики. Найтипівішим засобом, який використовують японці, щоб відмовити діловому партнеру є слово "так", після якого слідує півгодинне пояснення. Часто в японській мові у стверджувальному тоні можуть звучати такі фрази "But of cause..." ("Але ж звісно..."), "By all means" ("Всіма силами"), "Quite right" ("Досить правильно"). Ще одним засобом приховання своїх справжніх емоцій і прояву неоднозначності є манера відповідати на питання таким чином, щоб співрозмовник збився з думки, про яку йдеться у розмові. Третій засіб – це відсутність відповіді, коли японець залишає питання без коментарів. Також ще одним засобом відмови для японців є раптова зміна теми розмови, критика інших сторін або неочікуваний тон вибачення [2, с. 7]. Для ефективної ділової взаємодії японців і західних людей потрібно розуміння культурних інтерпретацій у повідомленнях обох сторін.

В західних культурах бесіда і діалог передбачають наявність двох людей: мовця і слухача, які обмінюються словами, як у грі пінг-понг. Японці проводять бесіду іншим чином: розмова не передбачає послідовних відповідей на запитання. Для підтримки розмови вони використовують "aizuchi" (相槌) – своєрідні сигнали мови. Це, наприклад, "hai" はい ("так"), "ee" ええ ("так" – неформально), "haa" はあ ("так, дійсно" – формально), "so" そう ("так воно і є" – неформально), "so da" そうだ ("так, зрозуміло"), "nagu hodo ne" なるほどね ("дійсно, так"). [4, с. 82]. До "aizuchi" (相槌) також можна віднести посмішку та кивки головою. Використання "aizuchi" не означає, що мовець згодний зі змістом висловлювання, а значить тільки те, що він уважно слухає про що йдеться і заохочує продовження розмови. Таке використання "aizuchi" у розмові може спричинити певні проблеми у спілкуванні японців англійською мовою у ділових перемовинах. Нижче наведений приклад діалогу японця з американцем:

Smith: Regarding the proposed contract... (Розглядаючи запропонований контракт...)

Kato: Yes... (Так...)

Smith: You don't see any problems... (Адже ви не маєте ніяких проблем, так?)

Kato: That's right. (Так...)

Smith: All the term and conditions... (І що стосується усіх умов контракту...)

Kato: Yes, indeed. (Так, дійсно...)

Smith: Thus, can we sign it this morning and... (Таким чином, ми можемо підписати угоду сьогодні вранці і...)

Kato: Yes, but big problems, you know... (Так, але, ви знаєте, є великі проблеми...)

Smith: I thought you were saying that everything was okay! What do you mean you have problems now? (Я думав, що ви говорили, що все гаразд. Які ви зараз маєте на увазі проблеми?) [5, с. 86].

Американець роздратований тим, що японець його перебиває, він не правильно зрозумів стверджувальні відповіді містера Като у процесі розмови, і розгублений тим, що ці стверджувальні відповіді є "aizuchi" (相槌) – тільки проявом уваги співрозмовника. Для японців такий хід розмови є цілком звичайним.

Оскільки японці дуже піклуються про збереження міжособистісної гармонії і захистом своєї репутації, вони мають низку простих і наївних тактик спілкування. Це тактика "передбачення ходу розмови", "самокомуніка-

ція", "стримане висловлювання", "дії нібито у якості представника" [3, с. 123].

Тактика "передбачення ходу розмови" діє, коли мовець, навіть не ставлячи йому ніяких запитань, заздалегідь передбачає реакцію слухача на свою промову. Слухач має зрозуміти мовця і позбавити його від зніяковіння. Наприклад, бізнесмен, знаходячись на межі банкрутства, спілкуючись зі спеціалістами банку, ніколи прямо не звертається з проханням про кредит, а говорить, наприклад, про спад економіки у світі. Він навіть може залишитись без кредиту у випадку, коли службовець банку сам не здогадається йому допомогти. Таким чином обидва службовці виражають стурбованість і замішання.

"Самокомунікація" передбачає, що мовець може говорити тихо, начебто для себе, очікуючи, що оточуючі можуть почути, про що він говорить. Наприклад, мовець може тихо промовити: "У кімнаті надто холодно" замість того, щоб звернутися з проханням включити обігрівач.

"Стримане висловлювання" – це спосіб уникнути надзвичайної впевненості і невідворотності висловлювань. Японська мова передбачає невизначеність і незакінченість висловлювань, уникнення безпелаяційності, оскільки синтаксично у реченні підмет не є обов'язковим, а присудок у заперечній або стверджувальній формі завжди вживається в кінці цього речення. Наприклад, японський бізнесмен може почати фразу: "Порушення домовленості ..." і зупинитись, щоб побачити реакцію співрозмовника перед тим, як її закінчити. Якщо слухач почне злитись, то японець може сказати: "Я згоден з вами, порушення домовленості – серйозне питання і ми повинні зайнятися ним негайно". Якщо співрозмовник не виявить серйозного занепокоєння, то японський бізнесмен змінить кінець своєї фрази: "Я не думаю, що у нас з вами будуть такі великі проблеми...".

"Дії начебто від третьої особи-якогось представника" – це певна тактика, за допомогою якої мовець передає своє повідомлення. Японець може сказати: "Мені особисто байдуже, але мій начальник ніколи цього не дозволить", у той час як сам начальник може зовсім не знати навіть предмета розмови його співрозмовника.

В системі ділової мовної комунікації різних національно-культурних просторів важливе місце належить як вербальним, так і невербальним (паралінгвістичним) засобам спілкування. Невербальні засоби – це "мова" тіла, несловесна система, що супроводжує сказане словом і служить для створення певної атмосфери, для виділення сказаного, для пом'якшення чи підкреслення категоричності висловленого. Крім того, невербальні засоби мовлення акцентують увагу, ритмізують мову, заповнюють паузи і таке інше.

Відмінності між японською і західною традицією невербальної комунікації проявляються у міміці обличчя, жестах, через фізичну зовнішність і одяг, дистанцію між співрозмовниками і використання часу. Наприклад, для японського бізнесмена обов'язковим елементом у діловому спілкуванні є посмішка. Люди західної культури часто розглядають японську посмішку не інакше як прояв або веселощів, або щастя і злагоди. Однак японці посміхаються, по-перше, згідно з правилами ввічливості, а також навіть тоді, коли вони збентежені або намагаються приховати гнів [2, с. 7].

Деякі жести у японців і представників західної культури мають різне значення. В Японії жест руки відкритою долонею вниз означає заклик "підійти сюди", а в Європі він же означає "до побачення". Японець, підносячи палець до носа, вказує на власну особистість, а у європейців цей жест є прямою вказівкою на ніс і нічого більше. Рух розкритою долонею перед обличчям япон-

ця означає відмову, або відмову з подякою ("ні", "Ні, дякую"). В Європі і США таким жестом можуть хіба що відганяти комах від обличчя.

Японці завжди звертають увагу на те, як кожна людина вдягається, особливо під час першої зустрічі. Погано одягнені бізнесмени не викликають прихильного враження. Європейцям слід пам'ятати, що небалий або яскравий одяг може викликати неблаготворний вплив на японських партнерів.

Кожна національна культура пропонує певне використання і організацію простору між співрозмовниками, різну дистанцію між ними під час спілкування. Японців з дитинства навчають не тільки максимально збільшувати дистанцію при спілкуванні, а й уникати дискомфорту у тісному просторі, демонструючи певні невербальні засоби – такі як зміна постави тіла, уникнення прямого погляду.

Час є ще однією із форм ділового спілкування. І в японській, і у західній культурі пунктуальність – це вираз поваги, а запізнення і повільність – образа. В розвиненому суспільстві час розцінюють як товар. Американські співробітники також розглядають час як матеріалізовану частку. Японські бізнесмени хоч і усвідомлюють значимість часу, все ж відносяться до нього не так прискіпливо. Вони використовують час у залежності від статусу ділового партнера. Японський топ менеджер дозволяє собі змусити чекати молодого стажера фірми, навіть не пояснюючи своє запізнення. Японський продавець супермаркету буде люб'язно чекати вимогливого покупця супермаркету, який зайшов до магазину за

декілька хвилин до закінчення роботи. Японський менеджер не завершить зустріч з важливим відвідувачем, який затримався, не дивлячись на заплановану нову зустріч з відвідувачем нижчого рангу. Інколи така японська традиція використання часу дратує західних партнерів [3, с. 132].

Таким чином, розглянуті приклади лінгвістичних і паралінгвістичних особливостей японської мови, зокрема, їх порівняння з побудовою англійської мови як основної мови інтернаціонального спілкування представників Заходу, а також комунікативні ситуації міжкультурної взаємодії, які виникають у діловій співпраці японців із західними партнерами, яскраво свідчать про те, що їх знання і розуміння може сприяти підвищенню ефективності ділового спілкування, а незнання – може стати серйозним бар'єром для плідної комунікативної діяльності у сфері бізнесу.

#### Список використаних джерел

1. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. – Полтава, 2011.
2. Imai M. Sixteen ways to avoid saying no: An invitation to experience Japanese management from inside // Nihon keizai shinbun. – Tokyo, 2008. – P. 6-8.
3. Lebra T.S. Japanese patterns of behavior. – University of Hawaii Press, 1976.
4. Mizutani O. The spoken language in Japanese life // The Japan Times. – Tokyo, 1998. – P.81-83.
5. Nishiyama K. Japan – U.S. business communication. – Dubuque, Iowa, 1995.
6. 田淵 真知子. 話し方・言葉遣いのビジネスマナー. – 東京, 2008.

Надійшла до редколегії 05.10.12

О. Озерская, канд. пед. наук, доц.

Харьковский национальный педагогический университет имени Г.С. Сковороды, Харьков

### БАРЬЕРЫ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЯПОНСКО-ЗАПАДНОЙ КОММУНИКАЦИИ

*В статье приведены примеры лингвистических и паралингвистических особенностей делового японского языка, в частности, их сравнение с английским языком. Рассмотрены коммуникативные ситуации делового межкультурного взаимодействия японцев и западных партнеров. Подчеркивается, что преодолению барьеров в межкультурной коммуникации способствует более глубокое понимание специфики японского языка, а также учёт социокультурных факторов, которые формируют национальный характер японцев.*

O. Ozerska, PhD in pedagogy, associate professor

H.S. Skovoroda National Pedagogical University of Kharkiv, Kharkiv

### LANGUAGE BARRIERS IN CROSS-CULTURAL COMMUNICATION BETWEEN JAPAN AND THE WEST

*The article deals with the linguistic and paralinguistic peculiarities of business Japanese, in particular, their comparing with those of English. Communicative situations of business intercultural interaction of the Japanese with their Western partners are observed. The statement that more profound understanding of the specificity of Japanese language, and taking into account sociocultural determinants, which form the character of Japanese, would favour the overcoming the barriers in intercultural communication is emphasized.*

УДК 811.581'367

Н. Руда, викл.

Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди, Харків

### ПРЕДСТАВЛЕНИЕ МОДЕЛЕЙ БАГАТОКОМПОНЕНТНЫХ СКЛАДНЫХ РЕЧЕНЬ У РОМАНИ ЛАО ШЕ "РИКША"

*Статтю присвячено проблемі функціонування моделей багатокomпонентних складних речень у романі Лао Ше "Рикша". Проаналізовано вживання моделей зі складнопідрядною та складносурядною структурними основами.*

Вивчення синтаксичних конструкцій будь-якої мови завжди має велике значення. В китайському мовознавстві доволі підвищений інтерес до вивчення складних речень. Зокрема, відомі роботи таких відомих китайських вчених, як Ван Лі (王力), Лю Шу Сян (吕叔湘), Юан Тюн (袁焯), Ю Янг Чун (徐阳春), Сін Фу Нань (邓福南), Сін Пу Ї (邢福义), Хі Ар Ши (何尔士), Янг Бай Тюн (扬伯峻), а так само деяких видатних російських вчених-китайців, таких, як Горелов В.І, Драгунов А.А, Драгунова Е.Н., Задюченко Т.П, Котова А.Ф., Шутова Є.І. Однак до теперішнього часу багатокomпонентні складні речення (БСР) не були предметом спеціального дослідження. Наукове

вивчення граматичної будови китайської мови почалося порівняно нещодавно, і граматики, і синтаксис зокрема, є новою наукою для китайської філології. Якщо у вітчизняному мовознавстві БСР стали предметом окремого вивчення, то подібні конструкції китайської мови не знайшли відображення у сучасній науковій літературі. У зв'язку з підвищенням інтересу до вивчення китайської мови, збільшується кількість робіт, присвячених синтаксису сучасної китайської мови. Однак не всі граматики відносять складні речення до окремого класу синтаксичних одиниць, крім того, не існує єдиного визначення складного речення, елементарні складні речення не