

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК: НЕОЛОГИЗМЫ 2020 ГОДА

Казимирчук Александра Дмитриевна

К.филол.н., старший преподаватель,

МГУ им. М.В. Ломоносова

sasha_kazik@mail.ru

THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE CHINESE LANGUAGE: NEOLOGISMS OF 2020

A. Kazimirchuk

Summary: The past year has turned the usual algorithms of life of every inhabitant on earth, affecting not only social institutions, but also the language environment, in which such words as «covid-dissident», «covidiot», «covidity», «coronasceptic», «coronaenthusiast», «coronavacation», «coronopanic», «covidarity», «coronial» and many others have appeared. Most of the words have counterparts in other languages. In addition to the words associated with the COVID-19 epidemic, other processes have occurred in China that have influenced the formation of new words and expressions. This article is devoted to the most popular words of the Republic of China since the appearance of the coronavirus, as well as other words and expressions that are not related to the pandemic period, which first appeared in the Chinese language in 2020.

Keywords: Russian language, Chinese language, neologisms, popular words of 2020, words of 2020.

Аннотация: Прошедший год перевернул привычные алгоритмы жизни каждого жителя на земле, затронув не только социальные институты, но и языковую среду, в которой появились такие слова как «ковид-диссидент», «ковидиот», «ковидный», «ковиднутый», «коронаскептик», «коронаэнтузиаст», «карантикулы», «коронопаника», «ковидарность», «корониалы» и мн. др. Большинство вышеперечисленных слов имеют двойников и в других языках. Помимо слов, связанных с эпидемией COVID-19, в Китае происходили и другие процессы, повлиявшие на образование новых слов и выражений. Данная статья посвящена самым популярным словам республики КНР с начала появления эпидемии коронавируса, а также другим словам и выражениям, не связанным с периодом пандемии, которые впервые появились в китайском языке в 2020 году.

Ключевые слова: русский язык, китайский язык, новые слова, неологизмы, популярные слова 2020 года.

2020 год стал поворотным для всех, чья работа и жизнедеятельность связана с взаимодействием с другими людьми, т.е. почти каждого. Это не могло не отразиться на мировых языках. Почти в каждом из европейских и восточных языков в 2020 году появились такие слова как «ковид-диссидент», «ковидиот», «ковидный», «ковиднутый», «коронаскептик», «коронаэнтузиаст», «карантикулы», «коронопаника», «ковидарность», «корониалы» и мн. др. Однако помимо общего «пандемийного» фона внешнего мира в Китае, в китайских социальных сетях происходили и другие процессы, также получившие отражение в языке.

Известный китайский журнал 咬文嚼字 Yao Wen Jiao Zi (буквально означает «кусачие слова» или «прикуси свой язык») каждый год выпускает свою «десятку» самых популярных слов. В данном исследовании мы использовали данные журнала 咬文嚼字, обратились к китайской поисковой системе Weibo 微博, изучили публикации на данную тему в англоязычных источниках, а также провели опрос 35 китайцев в возрасте от 18 до 32 лет. Задача опрашиваемых была разъяснить культурное значение некоторых выражений и внести в рейтинг неологизмов слова и выражения, которые они считают наиболее распространенными в 2020 году (помимо уже указанных в анкете).

Как известно, интернет-маркетинг, онлайн-покупки в Китае были общепринятыми и до пандемии, но именно в 2020 году данный вид покупок достигает пика популярности среди всех слоев населения. Тогда же чрезвычайное распространение в СМИ и социальных сетях получает выражение 直播带货 zhí bō dài huò, что буквально значит «живая доставка». Данное выражение было и рекламным слоганом, и названием особой услуги продажи через интернет в «прямом эфире», во время стрима. Так обозначилось целое явление интернет-покупок во время прямых трансляций, ставших столь популярными в 2020 году во время карантина. Можно сказать, что 直播带货 – это своеобразный телемагазин, но в интернете. Очевидно, что за время карантина интернет-покупки стали новой нормой даже у таких продвинутых в этом плане стран, как Китай. В 20-м не только китайская молодежь покупала товары онлайн, но и пожилые люди. Важно отметить, что и правительство всячески поощряло население всех возрастов осваивать приложения и заказывать продукты, лекарства и бытовые товары через интернет.

Необходимостью заказывать товары, в том числе дорогостоящие, к примеру компьютеры, кухонную техни-

ку, фирменную одежду, ознаменовано появление такого выражения, как 尾款人 wěi kuǎn rén, что значит «маленький хвост». Среди опрошенных были молодые люди, которые были вынуждены обновлять компьютеры, покупать ноутбуки, графические планшеты, дополнительные колонки, наушники и другие аксессуары, помогающие улучшить качество обучения на дому во время карантина в Китае. 尾款人 wěi kuǎn rén значит доплатить за товар оставшуюся сумму. К примеру, вы внесли часть суммы, а затем, при получении товара, вам необходимо погасить оставшуюся.

Далее к неологизму, появившемуся в 20-м году, следует отнести выражение 飒爽. Как известно, в китайском языке почти не появляются новые графические изображения. Традиционно, для описания новых явлений или явлений, получивших дополнительные значения, используются уже имеющиеся иероглифы [Лавренюк, 2016, с. 58]. Изначально первый иероглиф 飒 sà означает храбрый, доблестный и используется, для описания звукового выражения дующего ветра. Судя по всему, быть смелым – значит уподобиться ветру, дуть несмотря ни на что. А комбинация двух иероглифов 飒爽 описывает силу, привлекательность и храбрость.

В этом году данное сочетание иероглифов вошло в активное пользование в отношении сильных женщин: волонтеров, медсестер, врачей, военных, которые были на передовой борьбы с пандемией. С одной стороны, в прессе 飒爽 – это молодые женщины-медсестры, которые самоотверженно работали в ковидных госпиталях Китая. А с другой стороны, это очевидная тенденция феминистического толка – сильная женщина, работающая наравне с мужчинами, без оглядки на свой пол. 飒爽 может быть и женщина, занимающаяся экстремальным спортом. Как отметила одна из опрошенных китайцев, описывая культурное значение данного выражения, «им за двадцать, и в глазах многих они являются символом слабости. Они остригли свои длинные волосы. Их лица были поцарапаны масками, но они были полны решимости служить Родине и народу. Они очень красивые!». Как отмечает П. Струкова: «По мнению китайских пользователей интернета, даже в период борьбы с эпидемией, несмотря на сильный стресс и постоянную занятость, женщины в медицинских пунктах по всей стране оставались очаровательными в своей натуральной красоте» [4].

К одному из важнейших выражений, появившихся во время карантина в Китае, следует отнести 神兽 shén shòu. Буквально 神兽 – это могущественное, священное животное из древнего китайского фольклора, у которого есть некие магические способности. На одних рисунках 神兽 изображен как лев и дракон, на других, как горный козел с крыльями. Китайские родители стали называть

учащихся в школе 神兽 т.е. «золотое, дорогостоящее сакральное животное». Так родители подчеркивали тот факт, что образование детей требует крупных финансовых вложений. Данное выражение вошло в активное употребление именно во время активизации онлайн-обучения в школах и вузах. Как мы помним, стресс достиг максимума не только у детей, старшеклассников перед лицом экзаменов, но и у отцов, матерей и бабушек с дедушками. Родители по всему миру работали из дома, заботились о младших детях и помогать с учебой старшим, которым предстояли сдачи экзаменов и поступление в вуз. Китайские родители всячески пытались компенсировать отсутствие дисциплины на очных занятиях наймом преподавателей со стороны. Все это стоило дополнительных трат, поэтому китайский дети в 2020 стали своеобразными 神兽 shén shòu.

Одним из выражений, вошедших в активное пользование в мае 2020 года после съезда партии КНР, стало 双循环 shuāng xún huán, что буквально значит «двойной цикл». 双循环 – сокращение от «внутренний (отечественный) и внешний (международный) двойной цикл» (国内国际大循环) [4] экономической политики Китая. Данное выражение относится к политическому заявлению генерального секретаря коммунистической партии Китая Си Цзиньпина о начале новой модели развития страны, где будет происходить одновременное движение вперед внутренних экономических процессов и внешних. Важность развития «внутреннего спроса» актуализировалась после экономического спада, связанного с вспышкой COVID-19, а также после начала суровой «экономической войны» с США, объявленной Трампом. Важно отметить, что последующий за 2020 год знаменует собой начало 14-й пятилетки, а также столетие со дня основания коммунистической партии КНР. Понятно, что уже в 2020-м в политическую риторику необходимо было внедрять элементы задач, которым будут посвящены 2021-2026 гг.

К недавним выражениям, появившимся в последнее время и стремительно растиражированным прессой, следует отнести 带路 yí dài yí lù, что характеризует общую тенденцию развития внешней экономической политики Китая, буквально «показывай дорогу!». Известное китайцам изречение Си Цзиньпина, высказанное 8 сентября 2020 на Национальной конференции по борьбе с новой эпидемией коронавирусной инфекции, «让我们看到的是中国精神、中国力量和中国担当» также характеризует общий настрой страны, преодолевающей, в том числе экономически, карантин и его последствия («Мы видим дух Китая, мощь Китая и ответственность Китая») [8].

Среди прочих, вошедших в активное употребление в 2020 году у китайцев, было выражение 逆行者 nì xíng

zhě, что буквально значит «идти задом наперед». Данное выражение используется в отношении людей смелых или людей, относящихся к профессиям с риском для жизни (пожарные, полицейские, военные, врачи и др.). Имеется в виду движение против общего правила человеческой природы – держаться подальше от опасности. И действительно, люди данных профессий идут 逆行者 – противоположным путем большинству людей.

Одним из слов, которое вошло в рейтинг популярных в 2020 году и было отмечено 80% опрошенных, как новое и широко используемое, стало 后浪 hòu làng. Первоначально «хуланг» означало «юный», «молодой», но сейчас оно обычно относится к людям, родившимся после 1990 или после 2000 года (Миллениалы, Поколение Y). 后浪 – это также молодые люди, не знавшие проблем, войн, нужды. Часто в интернете 后浪 называют «золотую молодежь», юношей и девушек из обеспеченных семей, живущих значительно лучше большинства. В данном слове есть пренебрежение и легкий оттенок зависти.

Также к молодежному сленгу, который стал популярным в 2020 году, стоит отнести выражение 内卷 nèi juǎn, что значит «скроллинг». Однако 内卷 имеет мало общего с русским «скроллить» и вовсе не значит «листать» страницу сайта или новостной ленты. Первоначально 内卷 обозначало явление застоя в человеческом обществе, достигшем определенного развития, а потом начинающим неумолимо стагнировать. Сейчас 内卷 имеет отношение к двум явлениям:

1. так студенты колледжей и университетов называют бесконечное внутреннее соревнование с самим собой, когда вы постоянно внутренне подгоняете себя во время учебы и научной работы;
2. одновременное движение: катаясь на велосипеде, слушаете аудиокнигу; бежите на беговой дорожке и выполняете тест или готовитесь к контрольной работе; едите и повторяете лекцию. 内卷 – это еще и своеобразный мем, потому что данное выражение обычно сопровождается фотографией студентов из Пекинского университета или университета Цинхуа (престижных вузов Китая), которые выполняют несколько вышеописанных действий одновременно.

Нельзя не отметить нашуевшую историю с вышками 5G, которые вводились в эксплуатацию, тестировались в разных частях света и наделали много шума в СМИ и социальных сетях. Для Китая 5G не является предметом дискуссий. Для них 5G – это абсолютное благо и история, произошедшая в начале эпидемии, это доказала. Уже в январе 2020 года в Ухане начались трудности с размещением пациентов больных COVID-19. Тогда же правительство предприняло беспроцентные усилия, чтобы организовать на севере страны строительство современной

инфекционной больницы на 1500 больных, площадью около 25 тысяч квадратных метров. Строительство длилось всего 6 дней. Чтобы население страны могло видеть усилия правительства, его старания, были подключены вышки 5G, с помощью которых велись прямые трансляции возведения больниц. Люди в режиме реального времени могли наблюдать, как приходит строительство, даже, в каком-то смысле, контролировать. Данное явление в прессе назвали 云监工 yún jiān gōng («облачное наблюдение»). Один из студентов во время анкетирования отметил, что так они (китайцы) скорее не контролируют, а «болезненные и критические ситуации превращают в возможность получить радость».

Несколько выражений, ставших популярными в 2020 году, пришли из кино, сериалов и композиций популярных исполнителей. К примеру, выражение 一起爬山吗 yì qǐ pá shān ma приобрело известность у молодежи, когда летом стартовал показ 12-серийного фильма «隐秘的角落» Yin Mi De Jiao Luo («Плохие дети»). 一起爬山吗 yì qǐ pá shān ma демонстрирует угрозу, желание навредить или уничтожить соперника, но, как выразилась одна из опрошенных, «в очень приятных и расслабляющих условиях», что само по себе не будет «таким уж неприятным способом умереть». Сериал является адаптацией детективного романа Зицзинь Чена «Плохой ребенок», в котором через призму детективного сюжета рассказывается история трех детей, потерявших отца.

Последним из выражений, которое незамедлительно отметили все участники опроса, является 凡尔赛文学 fán ěr sài wén xué. Оно описывает людей, которые живут роскошной жизнью и хотят подчеркнуть свое отношение к «высшему свету». 凡尔赛文学 используется в ироническом значении. Так можно обозначить неуместный «налет» на аристократизм в поведении во время прогулки вокруг дома с собакой, витиеватость в ответах в мессенджерах на вопрос из бытовой сферы и т.д. Популярность данного выражения обусловлена тем, что в социальных сетях уже несколько лет главенствует тенденция к намеренному преувеличению «роскошности» своей жизни.

凡尔赛文学 буквально значит «версальская литература» или в более сокращенном варианте 凡尔赛 Fan-er-sai (Версаль). Так китайцы определяют помпезность и великолепие до вычурности, которыми непреднамеренно (или преднамеренно) щеголяют как в жизни, так и в социальных сетях. Данное выражение еще и характеризует капризный стиль поведения богатой молодежи, который кажется смешным со стороны. Один из опрошенных привел любопытный пример, родители подарили молодому человеку дорогостоящую машину Lamborghini, а он возмущается из-за оттенка каких-то деталей. Те, у кого нет возможности приобрести такой автомобиль, иронизируют на данную тему, поскольку «у тебя все-равно есть Lamborghini».

В поисковой системе Weibo 微博 по запросу 凡尔赛文学 перед вами будет россыпь фотографий «намеренно», в каком-то смысле «натурно» демонстрирующих богатство: золотые украшения, пышные платья, эстетику «богатой жизни» в понимании людей среднего достатка. Также в поисковой системе будет масса мемов. К примеру, «я забыл билет на метро, придется ехать на Ferrari».

Любопытным показалось еще одно, в нашем представлении, феминистское выражение, которое было зафиксировано одним из опрошенных мужского пола в возрасте 27 лет, а именно 丁克 dīng kè. Данное выражение является новым и происходит от английского «dual income, no kids» (двойной доход, без детей), сокращенно DINK. Так описывается довольно популярная западная тенденция: семья, в которой есть два источника дохода (оба супруга работают или у одного есть две работы), но по обоюдному желанию у них нет детей. Интересно, что в китайских социальных сетях есть много иронических роликов, высмеивающих такое отношение к супружеству. Возможно так китайское общество реагирует на «пришлые» тенденции: абсорбируя, но и сопротивляясь им, одновременно.

Итак, мы видим, как английский язык воздействует не только на культуру, но и на китайский язык. Возможно, некоторые модели поведения китайцы отторгают или иронизируют над навязываемыми западными общественными тенденциями, но язык, тем не менее, достаточно щедро заимствует культурологические представления, что, несомненно, влияет и на систему словообразования, и на способ записи слов, поскольку «заимствованная лексика — это одно из проявлений лингвистических контактов, языкового взаимодействия

народов» [Тихонова, Леонтьева, 2015, с. 536].

В ходе опроса выяснилось, что только около 70% слов и выражений напрямую связано с пандемией COVID-19, остальные – молодежные течения в социальных сетях. В целом мы можем разделить данные слова на несколько групп:

1. растиражированные в СМИ высказывания политиков об экономике и перспективах экономического развития;
2. высказывания, коснувшиеся общественной жизни, культурологическим сдвигам;
3. популярные песни, кино, сериалы, реклама;
4. мемы из интернета. В каждой из групп были выражения, имеющие отношение к карантинному времени, жизни, работе и учебе во время пандемии COVID-19 в 2020 году.

Следует отметить, что вышеперечисленные слова и выражения не демонстрируют окончательный список появившегося и ставшего популярным за прошедший год. В данном исследовании упоминаются лишь наиболее популярные слова 2020 года, которые появились в связи с обрушившейся на мир беспрецедентной пандемией, заставившей подстраиваться не только человечество, но и язык, а также ставшие популярными сами по себе (влияние культуры, общества и т.д.). Данная тема может быть исследована с другого ракурса и под другим углом, поскольку китайский язык быстро реагирует на изменения, создавая из уже известных иероглифов новые значения. Список китайских неологизмов стремительно пополняется, поскольку Китай развивается и становится более открытым к культурному диалогу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Академик: словари и энциклопедии / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: https://economy_en_ru.academic.ru/19198/DINKS (дата обращения: 03.02.21).
2. Большая Азия: Электронное издание. Лидер КНР Призвал народ быть готовым к «черному лебедю» и «серому носорогу» / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://bigasia.ru/content/news/society/lider-knr-prizval-narod-byt-gotovym-k-chyernomu-lebedyu-i-seromu-nosorogu/> (дата обращения: 02.02.2021).
3. Лавренюк Е.В. Неологизмы в современном китайском языке / Е.В. Лавренюк // Научный диалог. — №7 (55). — С. 56—67.
4. Струкова П. 4 слова, с которыми Китай входит в 2021 год / П. Струкова. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://magazeta.com/chinese-memes-jan-2021/> (дата обращения: 21.01.21).
5. Тихонова Е.В., Леонтьева Ю.П. Неологизмы в китайском языке: пути появления и классификация / Е.В. Тихонова, Ю.П. Леонтьева. — // Молодой ученый. — 2015. — № 18 (98). — С. 536-538. — URL: <https://moluch.ru/archive/98/22029/> (дата обращения: 05.02.2021).
6. Leatherwood B. These Are China's Top 10 Words of the Year 2018 // Radii: An independent platform / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://radiichina.com/these-are-chinas-top-ten-words-of-the-year/> (дата обращения 19.01.21).
7. Stephens Z. 21 Ultimate Examples Of Chinese Slang / Speak Like The Locals // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: <https://lfl-school.com/chinese-slang/> (дата обращения 31.01.21).

© Казимирчук Александра Дмитриевна (saha_kazik@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»