

Содержание

От авторов	4
Предисловие	6
Урок 1. 珍珠奶茶 Жемчужный молочный чай	9
Урок 2. 夜市 Ночные рынки	26
Урок 3. 台灣茶 Тайваньский чай	43
Урок 4. 便利商店 Магазины шаговой доступности	58
Урок 5. 台灣流行音樂 Тайваньская поп-музыка	73
Урок 6. 台灣電影 Тайваньский кинематограф	92
Урок 7. 人情味 Душевность	110
Урок 8. 小確幸 Маленькие радости	125
Урок 9. 道歉文化 Культура извинений	139
Урок 10. 媽祖信仰 Поклонение Мацзу	153

От авторов

Уникальное географическое положение и политико-экономическая ситуация позволили Тайваню стать особой частью китаеязычного мира. Здесь сохранилась не только традиционная китайская культура в первозданном виде, но и благодаря историческим факторам на острове оставили глубокий след Япония, страны Юго-Восточной Азии и Запада, а также сохраняется культурное наследие коренных австронезийских народов. Однако в учебниках китайского языка, составленных на русском языке, очень мало информации про Тайвань, и почти нет учебников китайского языка, раскрывающих особенности языковой и культурной среды Тайваня.

Во втором учебном пособии авторского тандема Тан Мэн Вэя и Дарьи Жигульской «10 текстов о современном Тайване» используются неадаптированные статьи тайваньских СМИ, которые отражают языковые реалии острова (в отличие от большинства учебников по китайскому языку, в которых представлены материалы материковых СМИ). Кроме того, в пособии представлены различия между лексическими единицами гоюй и путунхуа, проведен их сравнительный анализ. Таким образом, учащиеся полностью погружаются в языковую среду Тайваня, а также знакомятся с менталитетом жителей острова. Вышесказанное определяет актуальность данного пособия.

Основной целью пособия является развитие и совершенствование у учащихся навыков и умений читать неадаптированные статьи и материалы из газет и других периодических изданий. Кроме того, пособие знакомит учащихся с культурными и языковыми особенностями Тайваня.

Все материалы в пособии представлены в традиционном написании, чтобы показать красоту полных иероглифов. Так как авторы осведомлены, что большинство российских учащихся изучают только иероглифы в упрощенном написании, то новые слова, тексты и упражнения к ним дублированы на упрощенных иероглифах.

Учебное пособие предназначено для студентов третьего и последующих курсов, изучающих китайский язык в рамках учебных дисциплин «Практический курс китайского языка», «Практика устной и письменной речи» и «Лингвострановедение», а также для изучающих китайский язык самостоятельно. Прохождение пособия рассчитано на один учебный семестр.

Пособие состоит из 10 уроков, каждый урок — это одна тема, через которую мы поможем учащимся познакомиться с одним из аспектов тайваньской

повседневности. Ниже перечислены темы уроков: 1. «Жемчужный молочный чай»; 2. «Ночные рынки»; 3. «Тайваньский чай»; 4. «Магазины шаговой доступности»; 5. «Тайваньская поп-музыка»; 6. «Тайваньский кинематограф»; 7. «Душевность»; 8. «Маленькие радости»; 9. «Культура извинений»; 10. «Поклонение Мацзу».

В каждом уроке есть неадаптированный, скомпилированный из нескольких материалов текст. Авторы использовали статьи таких СМИ, как CNN, BBC, «Тайваньская панорама», The News Lens, Liberty Times, Common Wealth Magazine и т. д. В конце каждого текста даны ссылки на задействованные публикации.

К тексту разработаны однотипные задания: предтекстовые, притекстовые и послетекстовые задания. Все они также даны в традиционном и упрощенном написаниях. Всего пять блоков заданий, которым мы дали следующие названия: «Разминка», «Текст», «Лексика», «Понимание» и «Обсуждение».

Первый блок «Разминка» состоит из двух заданий формата Warm up + выписанных новых слов с переводом. Слова даны в традиционном и упрощенном написаниях. В списке выделено, к какой части текста относится незнакомая лексика.

Второй блок «Текст» — это непосредственно сам текст и задания, которые необходимо выполнять по ходу чтения. Перед вами текст, поделенный на части, к каждой из которых разработано свое задание. На основе прочитанного вам предстоит выполнить следующие типы заданий: определить, верно или нет утверждение; исправить ошибки в утверждениях; выбрать правильный ответ в тесте; продолжить сказанное и т. д.

Третий блок «Лексика», как видно из названия, посвящен лексике. Представлен не только обзор активной лексики из каждого текста в формате перевода фраз с русского на китайский и с китайского на русский, но и рассматривается разница между лексическими единицами в гоюй и путунхуа. Так как тексты взяты из тайваньских источников, то в тексте встречаются слова и конструкции, характерные именно для гоюй.

В четвертом блоке «Понимание» возвращаемся к содержанию текста. Студентам предлагается ответить на вопросы по тексту, заполнить пропуски в кратком пересказе и подготовить свой собственный пересказ.

Финальный блок (пятый), который называется «Обсуждение», направлен на развитие разговорных навыков. Предложены три вопроса, связанных с темой урока, для размышления и обсуждения.

Все материалы пособия апробированы на занятиях со студентами Высшей школы перевода (факультета МГУ) и факультета мировой политики МГУ им. М. В. Ломоносова.

Мы надеемся, что наше пособие будет полезно всем, кто интересуется историей, культурой, письменностью и другими сферами жизни острова, а также готов поработать над развитием и совершенствованием своих навыков чтения. Будем рады обратной связи.

Тан Мэн Вэй (唐孟緯), Д. А. Жигульская

Предисловие

Во всем мире наблюдается «китайский бум»: взрывной рост как числа вузов и факультетов, где изучается китайский язык (КЯ), так и учебников, пособий, научных и околонаучных сочинений, посвященных и языку, и китаеведению в целом. Параллельно нарастает и хаос — в представлениях и методах (уже безумно массового) преподавания: многие вопросы требуют онтологического обоснования, объяснения сходств и различий, системного подхода. В идеале студент и затем выпускник китаеведческого направления — компетентный мотивированный профессионал, который работает вместе с преподавателем, постоянно развивает собственную мотивированность, уверенно объясняет явления китайского языка, владеет вариантами (путунхуа, гоюй, вэньянь), понимает основы китайской диалектологии, хорошо и системно осведомлен не только в филологии, но и в истории, политической ситуации. «Жить в китайском языке» — осознать, как существует в нем носитель языка, представляющий в том числе и разные регионы и культуры китайского мира. А осознать — значит видеть региональные различия и компетентно их объяснять тому, с кем придется работать уже после выпуска, касается ли это государственных органов, частных или общественных организаций, ведь чаще всего представления о китайском мире не китаистов, на бытовом уровне, являются приближенными, сформированными под влиянием массовой культуры.

В сознании современного студента или школьника чаще всего существует некий абстрактный Китай, где все должны говорить на образцовом государственном языке и в плане культуры примерно соответствовать представлениям из переводных континентальных учебников. Реальность, однако, гораздо более многомерна. Человек, изучающий китайский язык, с большой вероятностью столкнется с разнообразием китайского мира. Как минимум такой мир включает провинции и регионы континентального Китая, острова (систему островов) Тайвань, Гонконг, Макао, Сингапур. Опираясь на отличающиеся друг от друга региональные человеческие сообщества, эти части китайского мира сформировали собственную культуру и идеологию (а также варианты государственного устройства). Попадая в тот или иной регион, китаист начинает замечать (и должен учитывать) то, что те или иные стереотипы не работают, те или иные культурные нормы отличны от изученных общих.

Культура Тайваня вследствие драматических переломов его истории является уникальной и не слишком похожей на культуру ближайших территорий. Изначально остров был населен аборигенами (которые в незапамятные времена дали начало австронезийской семье языков на пространстве от нынешних Филиппин до Мадагаскара и вполне благополучно живут на острове и в наше время), затем был частью китайских империй (включая «первую эмиграцию» империи Мин, некоторое время существовавшую на Тайване после маньчжурского завоевания), объектом колонизации европейцев (давших острову название Формоза — «прекрасный») и японцев, аннексировавших Тайвань в 1895 г. (двадцать финальных лет своего господства, до 1945 г., проводивших политику культурного включения тайваньцев в жизнь своей империи). В 1948–1949 гг. на Тайвань началась массовая эмиграция с континента, официальным языком стал гоюй (базирующийся на пекинском китайском). Различные традиции, привычки, кулинарные культуры с начала 1950-х годов заложили основы современного тайваньского общества. На Тайване смешалось многое — и открытость внешнему миру, и высокая степень развития экономики и промышленности (остров — мировой центр производства полупроводников), и определенный консерватизм в области семейных и личных связей, пристрастий в области кулинарии и искусства. Человек, приезжающий на остров, собирающийся его изучать, общаться с его жителями, должен помнить, что он погружается в совершенно иной мир, не столь уж и значительно соприкасающийся с привычным для европейца (что, собственно, касается и всех регионов китайского мира).

В данном пособии предлагаются наиболее важные и обычно малоизвестные российским студентам и школьникам (или понимаемые в другом контексте) темы, связанные с повседневной жизнью.

К примеру, на Тайване пьют «молочный чай», и привыкший к «молочному улуну», столь широко продаваемому на рынках для туристов в континентальном Китае, житель России не сразу поймет, что речь идет о черном чае с молоком, причем в различных вариантах: о горячем или со льдом, со «свежим молоком» или кримером. Кроме того, на Тайване широко распространены «коктейли» из зеленого и черного чая с различными сиропами, фруктами, похожими на мармелад «жемчужными шариками» тапиоки, кокосовым желе и т. п., что обычно не слишком вписывается в привычные представления о чайной культуре.

Еще одним типично тайваньским явлением (и национальным культом) являются «ночные рынки». Вопреки представлениям поверхностных туристов это не «признак Азии», а любимый жителями острова реликт старины (на фоне впечатляющего общего прогресса), где после заката (после пяти — семи часов вечера, но отнюдь не всю ночь) можно дешево и вкусно поужинать блюдами тайваньской кухни (копченым мясом акулы, морскими деликатесами, местны-

ми шашлыками, лапшой, соевым творогом со столетними яйцами и др. или просто ланчбоксами бенто / бьяндан, напоминающими наши бифштексы с гарниром), посидеть с друзьями, купить мелкие безделушки.

В отличие от многих стран Европы жизнь на острове удобна обилием стандартных круглосуточных магазинов шаговой доступности: сетей «Сэвэн-илэвэн», «Фэмили-март», «Кей-март» и др. В любое время в них можно купить достаточно широкий ассортимент съестного, необходимые в быту мелочи, мороженое, канцелярские товары.

Безусловно, многие тайваньцы являются буддистами и даосами (разных направлений) и даже христианами разных конфессий, но Тайвань — остров посреди Тихого океана, и один из самых главных и массовых культов с огромным количеством храмов и ежегодными паломничествами на удаленные острова — культ богини Мацзу (Матери морей). Даже в главном городе — Тайбэе, особенно в традиционном районе Ваньхуа, — по выходным и, возможно, в будни вы можете стать свидетелем продолжительных (и громких — с барабанами и петардами) процессий, в которых участвуют как «дети Мацзу» — молодые участники конфессиональных объединений, так и обычные жители всех возрастов.

Тайваньцы неизменно вежливы, стараются не мешать окружающим, и там, где россиянин будет говорить напрямую, житель острова предпочтет сопроводить сообщение целым комплексом почтительных обращений и признанием заслуг собеседника. В вежливой речи тайваньцы часто обращаются к собеседнику даже не во втором, а в третьем лице: «А не удобно ли профессору прочесть лекцию завтра?», что обычно также не сразу воспринимается приехавшими из России, при том что это вполне обычная норма вежливости.

Этим и многим другим вопросам посвящено данное лингвострановедческое пособие, и мы желаем тем, кто будет знакомиться с ним, и радости познания новой для них культуры, и крайне вдумчивого и серьезного отношения к ценностям общества, совершенно не похожего на привычное нам, — вхождения в новую для читателя вселенную.

*В. А. Курдюмов,
доктор филологических наук,
профессор*

Урок 1

珍珠奶茶

ЖЕМЧУЖНЫЙ МОЛОЧНЫЙ ЧАЙ



1 РАЗМИНКА

1.1. К предложенным словам подберите подходящую картинку:

茶 珍珠奶茶 奶 珍珠



1.2. Ответьте на вопросы:

1. 你之前知道什麼是珍珠奶茶嗎？

1. 你之前知道什么是珍珠奶茶吗？

- | | |
|--|--|
| <p>2. 你喝過珍珠奶茶嗎？你喜歡嗎？如果沒喝過，你想嘗試看看嗎？</p> <p>3. 你居住的城市買得到珍珠奶茶嗎？</p> | <p>2. 你喝过珍珠奶茶吗？你喜欢吗？如果没喝过，你想尝试看看吗？</p> <p>3. 你居住的城市买得到珍珠奶茶吗？</p> |
|--|--|

1.3. Познакомьтесь с новыми словами:

Название			
揭祕	揭祕	jiēmì	разоблачение, прояснить, открыть тайну
由來	由来	yóulái	причина, происхождение, исток
Вступление			
粉圓	粉圓	fěnyuán	тапиока (в шариках)
元素	元素	yuánsù	элемент
大放異彩	大放异彩	dàfàng yìcǎi	показать себя во всём блеске, блистать, добиться блестящих успехов
光是	光是	guāngshì	только, лишь
手搖飲料店	手搖飲料店	shǒuyáo yǐnliào diàn	магазин напитков, которые смешиваются вручную
簇擁	簇拥	cùyōng	толпиться, напирать (со всех сторон)
瘋傳	疯传	fēngchuán	вирусное распространение (в Интернете)
刊出	刊出	kānchū	публиковать, выпускать
Первая часть: 關於珍奶的起源			
紅遍	红遍	hóngbiàn	пользоваться большой популярностью
前身	前身	qiánshēn	предшественник

一時興起	一时兴起	yī shí xìng qǐ	экспромтом, по вдохновению, спонтанно
潔白	洁白	jiébái	белый, чистый
剔透	剔透	tītòu	сверкающий и прозрачный
官司	官司	guānsi	судебное дело, судебный процесс
商標權	商标权	shāngbiāoquán	право на товарный знак
波霸奶茶	波霸奶茶	bōbà nǎichá	= 珍珠奶茶 (波霸 жарг. женщина с пышной грудью)
綽號	绰号	chuòhào	прозвище, ник
乳房	乳房	rǔfáng	грудь, сосок, вымя
Вторая часть: 珍奶成為台灣標誌性文化			
掀起	掀起	xiānqǐ	подниматься; <i>перен.</i> поднять
休閒食品	休闲食品	xiūxián shípǐn	снеки
泡沫	泡沫	pàomò	пена, пузырь
認同	认同	rèntóng	одобрить, признать <i>что-либо</i> ; идентифицироваться, идентификация
Третья часть: 珍奶如何紅遍歐美國家 / 珍奶如何红遍欧美国家			
打響名號	打响名号	dǎ xiǎng míng hào	стать известным
功不可沒	功不可没	gōng bù kě mò	неоспоримые заслуги; внести значительный вклад
俘虜	俘虏	fúlǚ	пленник, брать в плен
搭配	搭配	dāpèi	соединить, смешивать
鮮豔	鲜艳	xiānyàn	яркий, красочный
搖身一變	摇身一变	yáo shēn yí biàn	мгновенно преобразаться

客製化	客制化	kèzhìhuà	делать на заказ, изготавливать по заказу
名副其實	名副其实	míng fù qí shí	название соответствует содержанию, в полном смысле слова

2 ТЕКСТ



4/30國際珍珠奶茶日 《CNN》專題報導揭祕歷史由來

珍珠奶茶（簡稱珍奶）自1980年代誕生後，至今仍是台灣最受歡迎的國民飲品，在「茶、粉圓、牛奶」基本組成元素下，各家飲料店和餐廳已發展出各種不同口味的珍奶，甚至入菜，發明出像是珍奶蛋糕、珍奶披薩等創新吃法。

珍奶不只是台灣的明星商品，在國外市場更是大放異彩。珍珠奶茶在東南亞國家大受歡迎，光是2018年，東南亞的珍奶市場就成長了30倍。日前，新加坡民眾在手搖飲料店因新冠肺炎疫情被迫停業前，簇擁購買「最後的珍奶」影片在網路瘋傳，珍珠奶茶也被列入2020年最新版本的表情符號（Emoji）。

2.1. Ответьте на вопросы:

依據課文的名稱，你覺得本課要探討的內容是什麼？

2.2. После прочтения вступления определите, верны или нет следующие утверждения (對不對):

1. 珍奶只是單純的飲料，並沒有其他創新的吃法。
2. 疫情時，新加坡民眾簇擁購買珍珠奶茶的影片在網路瘋傳。
3. 珍珠奶茶只在台灣流行，並沒有走入國際市場。
4. 4月30日這天CNN做了一篇關於珍珠奶茶的專題報導。

根據一項市調研究，2020年起，全球的珍奶市場將在7年內成長近一倍，達到43億美元（約合新台幣1280億元）的驚人規模。事實上，珍奶風潮似乎早已走入國際，德國麥當勞在2012年就已將珍奶加入菜單。

在4月30日美國「國家珍奶日（National Bubble Tea Day）」這一天，美國《有線電視新聞網》（CNN）也特別刊出珍奶專題，揭祕台灣人可能也不知道的珍奶歷史由來。

關於珍奶的起源

紅遍全世界的珍珠奶茶，台灣有兩家茶館自稱是珍珠奶茶發明者，一家是台中市的春水堂，另一家是台南市的翰林茶館。春水堂創辦人劉漢介表示，1983年自己在台中四維街開設「陽羨茶行」，此間飲料店為春水堂的前身，在1987年，當時店長林秀慧一時興起，把粉圓加入奶茶中，意外做出「珍珠奶茶」。

不過翰林茶館創辦人涂宗和表示，他在1986年於台南開店後，看見菜市場裡賣的粉圓，就嘗試拿來加入奶茶，最後成功融合兩者，而煮過的粉圓潔白剔透，類似珍珠，將此命名為「珍珠奶茶」。

2.3. После прочтения первой части текста (關於珍奶的起源) исправьте ошибки в утверждениях:

1. 只有一家台灣茶館自稱是珍珠奶茶的發明者。
2. 林秀慧是春水堂的創辦人。
3. 林秀慧在開發新菜單的時候意外發明了「珍珠奶茶」。
4. 煮過的粉圓不像珍珠一般潔白剔透。
5. 春水堂最終取得了珍珠奶茶的專利權和商標權。
6. 波霸奶茶跟珍珠奶茶不一樣。

兩方為了誰是珍珠奶茶的發明者，打了10年官司，最後法院認定，珍珠奶茶是新型飲料，非專利商品，雙方皆無法取得專利。不過亦因為這兩家店皆未申請到專利權或商標權，才使得珍珠奶茶成為台灣最具代表性的國民飲品。

至於波霸奶茶這個名稱是哪裡來的呢？多數人認為這是一位台南小販取名的。他的靈感來自香港電影明星葉子媚的綽號「波霸」，也就是指「豐滿的乳房」，這也成為英文Bubble Tea的由來。

珍奶成為台灣標誌性文化

中央研究院台灣歷史研究所副所長曾品滄受訪時指出：「台灣掀起手搖茶飲熱潮，和1980年代開始流行休閒食品有關，當時台灣經濟正快速成長。」他說，那段時期除了有越來越多工業化包裝茶飲，街頭也冒出一家家泡沫紅茶店和手搖飲料店。

曾品滄表示，珍珠奶茶之所以在台灣流行，不僅因為味道和口感，「也反映台灣當時（1980年代晚期）特殊社會氛圍，正從舊時代轉入新時代。」

7. 波霸奶茶這個名稱跟香港電影明星有關。

2.4. После прочтения второй части (珍奶成為台灣標誌性文化) выберите правильный ответ (может быть несколько правильных ответов):

1. 1980年代台灣掀起手搖茶飲的熱潮和什麼有關？
 - A. 和休閒食品的流行
 - B. 和西方文化的傳入
 - C. 和農業技術的發展
 - D. 和台灣經濟的成長
2. 為什麼珍珠奶茶能在台灣流行？
 - A. 因為時代在改變
 - B. 因為能反映出台灣當時社會氛圍

他指出，珍奶是結合茶飲和珍珠（粉圓）這兩種台灣傳統食物創造的新飲品，「是傳統食品創新的成功案例，因此成為台灣人自信和認同的象徵。」

珍奶如何紅遍歐美國家

至於珍珠奶茶得以在歐美國家打響名號，英國商人阿塞德汗（Assad Khan）功不可沒。原本在投資銀行上班的他，2009年在美國紐約喝到人生第一杯珍珠奶茶，從此成為珍奶的俘虜，每週都要喝上4、5杯。

當時珍奶已在海外中國城流行，但除了亞洲，大多數人仍沒聽過這種飲料。阿塞德汗因此見到商機，於是辭掉工作，2011年在倫敦的蘇活區（Soho）開了首家Bubbleology門市，搭配鮮豔的彩虹商標，讓珍奶搖身一變，成為英國時尚飲料。如今阿塞德汗是英國最大珍奶連鎖店之一Bubbleology的老闆。

阿塞德汗表示：「珍珠奶茶最棒的部分是完全可以客製化，每部分都可以調整，這在其它零食中找不到。」

正因為珍珠奶茶可以配合客戶需求調整茶的種類、珍珠的種類、甜度及冰塊量，讓所有人都能找到自己喜

C. 因為味道與口感受
到喜愛

D. 因為價格便宜

3. 珍珠奶茶的誕生象徵
了什麼？

A. 台灣食品從傳統走
向創新

B. 台灣人的自信

C. 台灣人的守舊

D. 台灣人的自我認同

2.5. Опираясь на содержание третьей части текста (珍奶如何紅遍歐美國家), закончите предложения:

1. 珍珠奶茶能在歐美國家取得成功，英國商人阿塞德汗_____

2. 阿塞德汗第一次在紐約嘗了珍珠奶茶，從此他_____

3. 阿塞德汗認為珍珠奶茶能符合每個客戶的需求，因為_____

歡的組合，因此在世界各地都大受歡迎，也讓珍珠奶茶成為名副其實的「台灣之光」。

По материалам статей:

台灣珍珠奶茶攻佔全球 // 台灣光華雜誌.

URL: <https://reurl.cc/jRdn6y>

4/30國際珍奶日《CNN》專題報導揭秘歷史由來 // 上報.

URL: <https://reurl.cc/X5X0xM>

國際珍奶日！CNN介紹台灣珍珠奶茶歷史 // 台灣英文新聞.

URL: <https://reurl.cc/OEbyz9>

4/30国际珍珠奶茶日

《CNN》专题报导揭秘历史由来

珍珠奶茶（简称珍奶）自1980年代诞生后，至今仍是台湾最受欢迎的国民饮品，在“茶、粉圆、牛奶”基本组成元素下，各家饮料店和餐厅已发展出各种不同口味的珍奶，甚至入菜，发明出像是珍奶蛋糕、珍奶披萨等创新吃法。

珍奶不只是台湾的明星商品，在国外市场更是大放异彩。珍珠奶茶在东南亚国家大受欢迎，光是2018年，东南亚的珍奶市场就成长了30倍。日前，新加坡民众在手摇饮料店因新冠肺炎疫情被迫停业前，簇拥购买“最

2.1. Ответьте на вопросы:

依据课文的名称，你觉得本课要探讨的内容是什么？

2.2. После прочтения вступления определите, верны или нет следующие утверждения (对不对):

1. 珍奶只是单纯的饮料，并没有其他创新的吃法。
2. 疫情时，新加坡民簇拥购买珍珠奶茶的视频在网络疯传。
3. 珍珠奶茶只在台湾流行，并没有走入国际市场。

后的珍奶”影片在网路疯传，珍珠奶茶也被列入2020年最新版本的表情符号 (Emoji)。

根据一项市调研究，2020年起，全球的珍奶市场将在7年内成长近一倍，达到43亿美元（约合新台币1280亿元）的惊人规模。事实上，珍奶风潮似乎早已走入国际，德国麦当劳在2012年就已将珍奶加入菜单。

在4月30日美国“国家珍奶日 (National Bubble Tea Day)”这一天，美国《有线电视新闻网》(CNN)也特别刊出珍奶专题，揭秘台湾人可能也不知道的珍奶历史由来。

关于珍奶的起源

红遍全世界的珍珠奶茶，台湾有两家茶馆自称是珍珠奶茶发明者，一家是台中市的春水堂，另一家是台南市的翰林茶馆。春水堂创办人刘汉介表示，1983年自己在台中四维街开设“阳羨茶行”，此间饮料店为春水堂的前身，在1987年，当时店长林秀慧一时兴起，把粉圆加入奶茶中，意外做出“珍珠奶茶”。

不过翰林茶馆创办人涂宗和表示，他在1986年于台南开店后，看见菜市场里卖的粉圆，就尝试拿来加入奶茶，最后成功融合两者，而煮过的

4. 4月30日这天CNN做了一篇关于珍珠奶茶的专题报导。

2.3. После прочтения первой части текста (关于珍奶的起源) исправьте ошибки в утверждениях:

1. 只有一家台湾茶馆自称是珍珠奶茶的发明者。
2. 林秀慧是春水堂的创办人。
3. 林秀慧在开发新菜单的时候意外发明了“珍珠奶茶”。
4. 煮过的粉圆不像珍珠一般洁白剔透。
5. 春水堂最终取得了珍珠奶茶的专利权和商标权。

粉圆洁白剔透，类似珍珠，将此命名为“珍珠奶茶”。

两方为了谁是珍珠奶茶的发明者，打了10年官司，最后法院认定，珍珠奶茶是新型饮料，非专利商品，双方皆无法取得专利。不过亦因为这两家店皆未申请到专利权或商标权，才使得珍珠奶茶成为台湾最具代表性的国民饮品。

至于波霸奶茶这个名称是哪里来的呢？多数人认为这是一位台南小贩取名的。他的灵感来自香港电影明星叶子媚的绰号“波霸”，也就是指“丰满的乳房”，这也成为英文Bubble Tea的由来。

珍奶成为台湾标志性文化

中央研究院台湾历史研究所副所长曾品沧受访时指出：“台湾掀起手摇茶饮热潮，和1980年代开始流行休闲食品有关，当时台湾经济正快速增长。”他说，那段时期除了有越来越多工业化包装茶饮，街头也冒出一家家泡沫红茶店和手摇饮料店。

曾品沧表示，珍珠奶茶之所以在台湾流行，不仅因为味道和口感，“也反映台湾当时（1980年代晚期）特殊社会氛围，正从旧时代转入新时代。”

6. 波霸奶茶跟珍珠奶茶不一样。

7. 波霸奶茶这个名称跟香港电影明星有关。

2.4. После прочтения второй части (珍奶成为台湾标志性文化) выберите правильный ответ (может быть несколько правильных ответов):

- 1980年代台湾掀起手摇茶饮的热潮和什么有关？
 - 和休闲食品的流行
 - 和西方文化的传入
 - 和农业技术的发展
 - 和台湾经济的成长
- 为什么珍珠奶茶能在台湾流行？
 - 因为时代在改变

他指出，珍珠是结合茶饮和珍珠（粉圆）这两种台湾传统食物创造的新饮品，“是传统食品创新的成功案例，因此成为台湾人自信和认同的象征。”

珍珠如何红遍欧美国家

至于珍珠奶茶得以在欧美国家打响名号，英国商人阿塞德汗（Assad Khan）功不可没。原本在投资银行上班的他，2009年在美国纽约喝到人生第一杯珍珠奶茶，从此成为珍珠的俘虏，每周都要喝上4、5杯。

当时珍珠已在海外中国城流行，但除了亚洲，大多数人仍没听过这种饮料。阿塞德汗因此见到商机，于是辞掉工作，2011年在伦敦的苏活区（Soho）开了首家Bubbleology门市，搭配鲜艳的彩虹商标，让珍珠摇身一变，成为英国时尚饮料。如今阿塞德汗是英国最大珍珠连锁店之一Bubbleology的老板。

阿塞德汗表示：“珍珠奶茶最棒的部分是完全可以客制化，每部分都可以调整，这在其它零食中找不到。”

正因为珍珠奶茶可以配合客户需求调整茶的种类、珍珠的种

- B. 因为能反映出台湾当时社会氛围
 - C. 因为味道与口感受到喜爱
 - D. 因为价格便宜
3. 珍珠奶茶的诞生象征了什么？
- A. 台湾食品从传统走向创新
 - B. 台湾人的自信
 - C. 台湾人的守旧
 - D. 台湾人的自我认同

2.5. Опираясь на содержание третьей части текста (珍珠如何红遍欧美国家), закончите предложения:

1. 珍珠奶茶能在欧美国家取得成功，英国商人阿塞德汗_____
2. 阿塞德汗第一次在纽约尝了珍珠奶茶，从此他_____
3. 阿塞德汗认为珍珠奶茶能符合每个客户的需求，因为_____

类、甜度及冰块量，让所有人都能找到自己喜欢的组合，因此在世界各地都大受欢迎，也让珍珠奶茶成为名副其实的“台湾之光”。

По материалам статей:

台湾珍珠奶茶攻占全球 // 台湾光华杂志.

URL: <https://reurl.cc/jRdn6y>

4/30国际珍奶日 《CNN》专题报导揭秘历史由来 // 上报.

URL: <https://reurl.cc/X5X0xM>

国际珍奶日！CNN介绍台湾珍珠奶茶历史 // 台湾英文新闻.

URL: <https://reurl.cc/OEbyz9>



3 ЛЕКСИКА

3.1. Обратите внимание на различия в гоюй и путунхуа:

Гоюй	Путунхуа	Перевод
成長	增长	возрастать, увеличиваться; рост
影片	视频	видео
網路	网络	Интернет
客製化	定制化	делать на заказ, изготавливать по заказу

3.2. Изучите активную лексику из текста. Прочитайте и переведите предложенные фразы и предложения:

1.

受歡迎

受欢迎

пользоваться
популярностью

…是台灣最受歡迎的…	…是台湾最受欢迎	на Тайване являются самым популярным...
…在東南亞國家大受歡迎	…在东南亚国家大受欢迎	пользоваться большой популярностью в Юго-Восточной Азии

iPhone是世界上受最受歡迎的手機系列。

日本汽車在美國大受歡迎。

Российский шоколад пользуется большой популярностью в Азии.

Джей Чоу является самым популярным певцом на Тайване.

2.

成長...倍	成长...倍	увеличиться в... раз
成長30倍	成长30倍	увеличиться в 30 раз
成長近一倍	成长近一倍	увеличиться практически в два раза

今年學習中文的學生人數比起前年成長兩倍。

2022年石油產量比2017年成長近一倍。

Производство российского газа вырастет практически в два раза.

Продажа шоколада «Аленка» летом 2018 года увеличилась в 20 раз.

3.

被迫	被迫	быть вынужденным
手搖飲料店被迫停業	手摇饮料店被迫停业	магазин напитков, сделанных вручную, был вынужден закрыться

因為戰爭，人民被迫離開家鄉。

В период ковида многие магазины были вынуждены закрыться.

4.

…將…加入…	…將…加入…	включить что-либо куда-либо
德國麥當勞將珍奶加入菜單	德国麦当劳将珍奶加入菜单	немецкий «Макдоналдс» включил Bubble Tea в меню

將同學加入VK的好友。

Многие российские рестораны включили в меню китайские блюда.

5.

意外	意外	случайно
意外做出「珍珠奶茶」	意外做出“珍珠奶茶”	случайно создал Bubble Tea

意外發現事情的真相。

Этот вкус мороженого был создан случайно.

6.

打官司	打官司	судиться
打了10年官司	打了10年官司	судились в течение 10 лет

蘋果公司 (Apple Inc.) 和三星公司 (Samsung Electronics) 打了七年官司

Как долго Джонни Дешп (強尼·戴普) и Эмбер Херд (安柏·赫德) судились?

7.

申請到	申请到	получить одобрение (при подаче заявки)
-----	-----	--

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru