

На правах рукописи



Люй Цзинвэй

Функционирование китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе

Специальность 10.02.20 – Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание

Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата
филологических наук

Владивосток – 2020

Работа выполнена на кафедре лингвистики и межкультурной коммуникации Восточного института – Школы региональных и международных исследований федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Дальневосточный федеральный университет»

Научный руководитель: доктор филологических наук, доцент, Николаева Ольга Васильевна.

Официальные оппоненты:

Фаткуллина Флюза Габдуллиновна, доктор филологических наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Башкирский государственный университет», кафедра русской и сопоставительной филологии, профессор

Пак Леонид Евгеньевич, кандидат филологических наук, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», кафедра межкультурных коммуникаций и переводоведения, доцент

Ведущая организация: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пятигорский государственный университет»

Защита состоится «23» июня 2020 г. в 13 часов 00 минут на заседании диссертационного совета Д 999.206.03 на базе федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Дальневосточный федеральный университет» по адресу: 690922, г. Владивосток, остров Русский, поселок Аякс-10, кампус ДВФУ, корпус 24 (А), 11 уровень.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на сайте федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Дальневосточный федеральный университет»: https://www.dvfu.ru/science/dissertation-tips/analytical-platform-of-dissertations/detail.php?ID=30727317&IBLOCK_ID=1156

Автореферат разослан « ____ » _____ 2020 года

Ученый секретарь

диссертационного совета Д 999.206.03



П.М. Тюрин

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Настоящая диссертационная работа посвящена изучению китайских пословиц, функционирующих в российском масс-медийном дискурсе, выявлению типов их трансформаций, раскрытию их когнитивных особенностей и прагматических функций.

Вторая половина XX века ознаменовалась развитием междисциплинарных направлений, таких как межкультурная коммуникация, кросс-культурная лингвистика, лингвокультурология, когнитивная лингвистика и др. Развитие данных направлений отражает интенсификацию процессов взаимодействия языков и культур. Во всех названных парадигмах особое внимание исследователи уделяют культурно обусловленным языковым единицам, к числу которых относятся пословицы и поговорки.

Как известно, пословицы и поговорки являются вербальным выражением исторической памяти и мудрости народа, народного опыта, передаваемого из поколения в поколение. Этнические пословицы и поговорки отражают особенности менталитета того или иного народа, закрепляют исторически сформировавшиеся нравственные и этические нормы.

В сопоставительном аспекте пословицы и поговорки разных народов изучаются с точки зрения их структуры, семантики и функционирования. Особый интерес на современном этапе вызывает изучение когнитивных аспектов и прагматических функций пословиц и поговорок.

В настоящее время усиливается процесс цитирования этнических пословиц в иноязычных коммуникативных пространствах, особенно в социо-медийном и масс-медийном дискурсе. В центре внимания нашего исследования находятся китайские пословицы, которые функционируют в российском масс-медийном дискурсе. Китайские пословицы в русскоязычном дискурсе испытывают воздействие двух противоположных друг другу факторов. Китайская культура, к которой они принадлежат, обеспечивает сохранение пословицы, а коммуникативные задачи русскоязычных авторов статей в СМИ вызывают инновации как возможность приспособления к новым условиям. Вследствие этого, в связи с адаптацией к русской культуре данные единицы подвергаются в русскоязычном дискурсе разного рода трансформациям.

Актуальность настоящей диссертационной работы определяется, прежде всего, постановкой проблемы функционирования этнических пословиц в иноязычном и инокультурном дискурсе. Сопоставительное исследование в настоящей работе выходит за рамки парадигматического анализа китайских пословиц. Функциональная парадигма значительно расширяет исследовательский ракурс и предлагает возможность изучать пословицы в их

реальном употреблении. Актуальность связана также с активным использованием китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе. Это обуславливает значимость изучения особенностей их функционирования, способов передачи на русский язык, видов их трансформации в текстах. Интерес вызывает исследование функций китайских пословиц в российских СМИ. Значимость анализа данных единиц в российском масс-медийном дискурсе определяется тем, что китайские пословицы все чаще становятся отражением инокультуры (российской культуры).

Своевременность обращения к данной теме также обуславливается незначительным количеством работ, посвященных комплексному исследованию функционирования китайских пословиц в разных предметных сферах (культура, политика, экономика).

Объектом нашего исследования являются китайские пословицы в российском масс-медийном дискурсе.

Предметом исследования выступают когнитивные и функциональные аспекты китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе как результат взаимодействия китайской и российской культур.

Целью исследования является изучение функционирования китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе. Для достижения поставленной цели сформированы следующие **задачи**:

- определить методику исследования функционирования китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе;
- выделить типы трансформаций китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе;
- изучить способы метафорических актуализаций в китайских пословицах, функционирующих в российском масс-медийном дискурсе;
- рассмотреть конкретные сферы употребления китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе;
- выявить прагматические функции, которые выполняют китайские пословицы в российском масс-медийном дискурсе.

Степень разработанности проблемы. На современном этапе развития лингвистики исследовательский фокус смещается к анализу языка с точки зрения функционального и когнитивно-прагматического подходов, в рамках которых все чаще актуализируется изучение пословиц в коммуникативном аспекте. Проблемы исследования китайских пословиц в российском дискурсе СМИ и англоязычном дискурсе СМИ рассматриваются в серии статей О.В. Николаевой [Николаева, 2013, 2014, 2015, 2017, 2018], в работах Е.А. Яковлевой [Яковлева, 2014, 2015, 2016, 2018] и И.Н. Кохан [Кохан, 2017, 2018]. Тем не менее, остаются без внимания многие проблемы, связанные с изучением актуализации китайских пословиц в российском дискурсе: не

изучены трансформации данных единиц, их когнитивные особенности и прагматические свойства.

Теоретической базой для настоящего исследования послужили:

1. Научные работы по паремиологии и, в частности, по сопоставительной паремиологии таких авторов, как В.М. Мокиенко и Х. Вальтер [Мокиенко, Вальтер, 2005]; В.Н. Телия [Телия, 1996]; Д.О. Добровольский [Добровольский, 1997]; Г.Л. Пермяков [Пермяков, 1988]; Е. Ошева [Ошева, 2013]; О.В. Николаева [Николаева, 2013, 2017], Е.А. Яковлева [Яковлева, 2015, 2016]; И.Н. Кохан [Кохан, 2017, 2018]; Вэнь Дуаньчжэн [温端政, 1985, 2004]; Ван Сыхуй [王思慧, 2015].

2. Труды, посвященные функциональным аспектам пословицы, таких исследователей, как О.Б. Абакумова [Абакумова, 2010, 2012, 2014]; О.Ю. Машина [Машина, 2014]; Хоу Пу [侯璞, 2012]; Сун Цайфун [宋彩凤, 2013]; И.Ю. Моисеева, Е.В. Чудина [Моисеева, Чудина, 2004].

3. Результаты исследований в рамках когнитивной лингвистики, отраженные в работах З.Д. Поповой и И.А. Стернина [Попова, Стернин, 2007], В.А. Масловой [Маслова, 2004], Н.Н. Семененко [Семененко, 2012], О.А. Корнилова [Корнилов, 2005], Дж. Лакоффа и М. Джонсона [Лакофф, Джонсон, 2004], Ван Шаохуа [汪少华, 2009], Чжан Минь [张敏, 2003].

Методологической основой исследования является междисциплинарное сочетание когнитивного, прагматического и дискурсивного подходов. **Методы**, используемые в работе, включают концептуальный, лингвопрагматический анализ, дискурс-анализ, сопоставительный и количественный методы.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в разработке методики анализа функционирования китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе. Впервые исследуются трансформации и прагматические функции этих единиц в российском масс-медийном пространстве.

Теоретическая значимость диссертационного исследования состоит в развитии методики сопоставительного анализа в области паремиологии, в углублении концепции исследования пословиц в инокультурном и иноязычном коммуникативном пространстве.

Практическая ценность данной работы заключается в возможности включения представленных материалов в лекционные курсы по межкультурной коммуникации, лингвокультурологии и когнитивной лингвистике. Кроме того, полученные результаты могут быть использованы при составлении и редактировании паремиологических словарей и осуществлении перевода.

Материалом послужили фрагменты российского масс-медийного дискурса, в которых употребляются китайские пословицы. Общее количество

проанализированных фрагментов статей составляет 777 случаев, где употребляются 226 разных китайских пословиц.

Источники материала – онлайн-версии российских газет и порталы ведущих информационных агентств РФ (всего 66):

1. Российские газеты: «Аргументы и факты» (32 статьи); «Комсомольская правда» (39 статей); «Газета.Ru» (20 статей); «Завтра» (37 статей); «Известия» (23 статьи); «Российская газета» (59 статей) и др. Хронологические рамки выборки статей ограничивались периодом с января 2000 г. по февраль 2019 г.

2. Информационные агентства, в том числе Рамблер (106 статей); ИТАР-ТАСС (18 статей); Безформата (62 статьи) и др. Хронологические рамки выборки статей ограничивались периодом с января 2000 г. по февраль 2019 г.

Кроме того, были проанализированы следующие словари: «现代汉语词典 (第 5 版)» (Словарь современного китайского языка (Версия 5)); «俄汉谚语俗语词典» (Русско-китайский словарь пословиц и поговорок); «现代汉语规范词典» (Нормативный словарь современного китайского языка); «中国歇后语大全» (Полное собрание сехоуэюй); «中国谚语大全 (上)» (Полное собрание китайских пословиц. Т. 1); «汉语成语词典» (Словарь китайских идиом-чэньюй) и др.

Гипотеза исследования состоит в том, что китайские пословицы, обладают значительным адаптационным потенциалом в инокультурном и иноязычном коммуникативном пространстве и функционируют в российском масс-медийном дискурсе для отражения широкого спектра проблем как китайской, так и «некитайской» тематики.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Методика исследования функционирования китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе включает три этапа: изучение способов вхождения пословиц в российское коммуникативное пространство; исследование когнитивно-метафорических характеристик китайских пословиц; анализ функций китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе.

2. В китайских пословицах при включении в тексты российского масс-медийного дискурса наблюдаются лексическо-семантические трансформации: замена, добавление и опущение лексических компонентов, а также паремиологическая контаминация, приводящая к замене составной части пословицы и полной замене пословицы. Трансформации китайских пословиц создают их вторичную вариативность, т.е. вариативность в иной (русской) культуре, в отличие от первичной вариативности, которую китайские пословицы имеют в родной культуре.

3. Китайские пословицы, функционирующие в российском масс-медийном дискурсе, характеризуются высоким когнитивно-метафорическим потенциалом, позволяющим этим единицам эффективно адаптироваться к российской социо-культурной среде. Наиболее частотна актуализация

анималистических и антропоцентрических метафор, онтологических и ориентационных метафор.

4. Специфика функционирования китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе заключается в том, что они употребляются не только в текстах, посвященных собственно Китаю, но и в материалах более широкой тематики (экономика, политика, общественная жизнь, межкультурное взаимодействие, спорт, образование), демонстрируя широкий потенциал отражения инокультуры.

5. Китайские пословицы в российском масс-медийном дискурсе характеризуются полифункциональностью и полифункциональностью. Основными функциями являются следующие: привлечение внимания, оценка, создание гармоничной атмосферы, выражение эмоций и экспрессии.

Степень достоверности подтверждается широким охватом материала на русском и китайском языках, его значимостью и репрезентативностью, соответствием общей методологии и проблематики исследования современному уровню развития лингвистики, а также **апробацией** результатов исследования на международных и всероссийских научных и научно-практических конференциях: II Всероссийская научная конференция с международным участием «Диалог культур Тихоокеанской России и сопредельных стран: межэтнические, межгрупповые, межличностные коммуникации» (г. Владивосток, 2017); XXV Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» (г. Москва, 2018); The 12th Far Eastern English Language Teacher's Association International Conference «Teaching English in the Era of Globalization: Bridging Gaps, Meeting Challenges» (г. Хабаровск, 2018). Основные результаты исследования отражены в 6 работах, из них 3 статьи в журналах, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Министерства науки и высшего образования РФ.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, определяются объект и предмет исследования, формируются цель и задачи работы, даются научная новизна исследования и характеристика исследования с точки зрения теоретической и практической значимости, определяются методики и методы исследования, приводятся положения, выносимые на защиту, содержится информация об апробации и публикациях, отражающих основные результаты работы.

Первая глава «**Методологические начала функционального анализа**

пословиц» отражает теоретическую базу диссертации и посвящена обзору современного состояния изучения пословиц.

В главе представлены основные аспекты изучения, связанные с определением пословицы, а также классификации пословицы по разным критериям. Кроме того, рассматриваются дискурс и масс-медийный дискурс как коммуникативное пространство актуализации китайских пословиц.

В параграфе **1.1 «Изучение пословиц в антропоцентрической парадигме»** рассмотрены различные точки зрения на определение термина *пословица*, выявленные отличия вызваны спецификой общей методологии разных исследований и принятых в них подходов. Всесторонне анализируется понятие *пословица* в антропоцентрической парадигме, представлены его толкования с точки зрения лингвистического, лингвокультурного и когнитивного аспектов.

Аналитический обзор существующих в данных областях концепций показал, что пословица суммарно определяется как краткое устойчивое и живое изречение народной речи, которое воплощает жизненный опыт народа в определенный период исторического развития; пословице свойственна назидательность, точность, завершенность, ей присуще одновременно прямое и переносное значение. Пословица выражает эмоции и оценку окружающего мира. В культурном аспекте пословица рассматривается как носитель культуры народа, транслятор и аккумулятор народных традиций и народного менталитета.

Исследователи сходятся во мнении, что пословицы являются единицами, в которых взаимодействие языка, культуры и менталитета выражено наиболее концентрированно. На первом уровне экспликации пословицы обнаруживают сплав языковых, образно-метафорических и понятийных аспектов, которые открывают доступ к когнитивным, психологическим, аксиологическим, этическим, оценочным и дидактическим смыслам, значимым для того или иного народа.

В работе показано, что пословицы реальны и символичны, устойчивы и вариативны, способны к адаптивному отражению многообразных жизненных ситуаций и потому вечны, обеспечивают духовную связь и преемственность поколений, беспрестанно возобновляют культурные ценности, гарантируя сохранность и устойчивость этносов и наций.

Особенности культурно-национального менталитета в пословицах репрезентируются по-разному, его изучение неразрывно связано с внешними факторами: с историей страны, ее культурой, бытом, мировоззрением.

В параграфе **1.2 «Классификация пословичных изречений»** в результате аналитического обзора работ, посвященных систематизации пословиц, сделан вывод об особой сложности данного вопроса в связи с множеством

выдвигаемых критериев. Г.А. Пермяков отмечал, что вопрос о классификации пословиц – коренной вопрос современной паремиологии, без решения которого не может развиваться сама эта наука [Пермяков, 1988, с. 11–13]. Исследователи предлагают несколько критериев классификаций пословиц: классификация по опорным словам; алфавитная, монографическая, тематическая и генетическая классификации.

Классификация пословиц по алфавиту является самой распространенной. Она требует размещения пословиц в алфавитном порядке в зависимости от начальных букв первого слога [Снегирев, 2014; Маргулис, Холодная, 2000; Кожевников, 2005; Ярцева, 1998; 叶芳来, 2005]. Тематическая классификация пословиц также весьма распространена среди ученых, изучающих пословицы разных языков и культур [Литвинов, 2000; Рыбникова, 1961; Buchanan, 1988; Leili, 2000; 温端政, 2003; 魏敏, 2016]. Китайские ученые предпочитают выделять пословицы на подгруппы по их содержанию [温端政, 2003; 魏敏, 2016; 马国凡, 1985; 厉振仪, 2010].

Пословицы могут классифицироваться и по признаку «традиционные пословицы и антипословицы» [Вальтер&Мокиенко, 2005; Mieder&Litovkina, 2002]. Антипословицы создаются в результате контаминации паремий и представляют собой трансформированные пословицы, пословицы-трансформы, переиначенные мудрости, индивидуально-авторские преобразования [Ханмурзаева, 2015]. Антипословицы практически всегда находятся в движении, так как во время активного употребления традиционной пословицы появляется потребность в создании новой формы. Контаминация возникает в результате ассоциативного или синтагматического взаимодействия языковых единиц, приводя к семантическому или формальному изменению или образованию новой языковой единицы [Ахманова, 1966, с. 206].

Приведена классификация китайских устойчивых изречений, на основе чего признано, что китайская пословица (в широком смысле яньюй) включает сехоуэй (недоговорки-иносказания), суюй (поговорки), а также часть чэньюй (идиомы, устойчивые выражения).

В результате проведенного анализа систематизаций пословиц сделан вывод о целесообразности применения в настоящей работе двух критериев классификаций: тематического и трансформационного.

Параграф 1.3 «**Дискурс как призма реализации пословичных смыслов**» посвящен обоснованию дискурсивно-прагматического подхода к исследованию функционирования пословиц в масс-медийном дискурсе. Отмечено, что в науке о языке среди ученых разных направлений нет единства в определении термина *дискурс*. Существуют многочисленные мнения в зависимости от подхода, принятого автором [Арутюнова, 1990; Кибрик, 1994; Степанов, 1995; Ревзина, 1999; Алефиренко, 2007; Кубрякова, 2002; Пеше, 1999;

Карасик, 2002; Кашкин, 2005; Прохоров, 2006; Григорьева, 2007; Полонский, 2007; Клушина, 2008; Приходько, 2009].

В настоящей работе следующее определение: дискурс – это сложное коммуникативное явление, отражающее различные языковые и экстралингвистические черты; дискурс образует коммуникативное пространство человека, формирует среду для передачи сообщения, достижения коммуникативной цели.

Масс-медийный дискурс или медиа-дискурс, представляет собой функционально-обусловленный тип дискурса [Добросклонская, 2016, с. 13–22]. Дискурс масс-медиа рассматривается как когнитивный и социально регулятивный механизм, непосредственно направленный на социальное самопознание и на социальное конструирование, на объективацию и моделирование общественного сознания посредством трансляции социально значимых смыслов и оценок [Абрамова, 2014, с. 18].

Масс-медийный дискурс транслирует не только вербальные сообщения, но и актуализирует лингвокультурные факторы, социальные, исторические, идеологические аспекты. В масс-медийном дискурсе отражается мировоззрение, идеология, менталитет человека и народа. В последние десятилетия во многих странах появляются специальные новостные агентства, целью которых является распространение влияния своих культур в мировом информационном пространстве. К значимым проектам относятся такие, как ИТАР-ТАСС (Россия), Первый канал (Россия), Chinese Central Television (Китай).

Следуя своим национальным традициям коммуникации, такие СМИ предоставляют возможность исследования языковых, лингвокультурных и когнитивных особенностей национальных масс-медийных дискурсов.

В настоящем исследовании российские СМИ анализируются с точки зрения российско-китайского взаимодействия через цитирование китайских пословиц в коммуникативном пространстве России. Исходя из этого положения, мы выполнили лингвопрагматическое, лингвокультурное и когнитивное исследование пословиц в инокультурном (российском) медиа-пространстве.

Во второй главе **«Когнитивные и прагматические аспекты функционирования китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе»** выделяются типы трансформаций китайских пословиц, изучаются способы метафорических актуализаций данных единиц, рассматриваются конкретные сферы их употребления, выявляются основные функции, которые выполняют китайские пословицы в российском масс-медийном дискурсе.

В параграфе 2.1 **«Трансформации китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе»** показано, что в современном российском масс-медийном пространстве активно функционируют трансформированные китайские пословицы. С одной стороны, наиболее частотными являются

структурные преобразования китайских пословиц. Поскольку русский и китайский языки являются языками разного строя, грамматические трансформации неизбежны в каждом случае цитирования китайских пословиц в русском языке. С другой стороны, содержательные трансформации китайских пословиц возникают вследствие влияния контекста, когнитивно-культурных факторов, общей ситуации употребления пословицы.

В данной работе мы сосредоточили наше внимание на широкой вариативности китайских пословиц в русскоязычной среде масс-медиа, возникшей в результате различных трансформаций лексико-семантического уровня и структурно-семантических трансформаций как следствия паремиологической контаминации разных видов.

В рассмотренных нами примерах значительную часть составляют случаи трансформации китайских пословиц на лексико-семантическом уровне, за счет чего происходит трансформация понятийного, аксиологического и образного компонентов китайских пословиц.

На основании изучения 228 прототипов китайских пословиц в 777 публикациях в российском масс-медийном дискурсе обнаружено 316 случаев лексико-семантической трансформации и паремиологической контаминации китайских пословиц. Такие изменения возникают как следствие следующих преобразований:

- замены одного или нескольких лексических компонентов,
- опущение одного или нескольких лексических компонентов,
- добавления одного или нескольких лексических компонентов.

Кроме того, в исследованном пословичном материале выявлены случаи *паремиологической контаминации* китайских пословиц, которые свидетельствуют о наличии следующих типов структурно-семантических трансформаций:

- замена составной части пословицы,
- полная замена пословицы.

Отмечено, что понятие *контаминация* трактуется в данном исследовании довольно широко. Паремиологическая контаминация вызвана скрещиванием пословиц между собой (в том числе скрещиваем китайской и русской пословиц) или скрещиваем пословицы с другими языковыми единицами. Такое скрещивание всегда проявляется в измененной форме пословицы и в ее измененном содержании. В содержательном плане контаминация, в частности, может затрагивать (однако не всегда кардинально менять) понятийный, аксиологический или образный компоненты, а также несколько компонентов одновременно. Контаминация ведет к образованию новых, но узнаваемых в обществе языковых единиц, поскольку они содержат аллюзии на известные пословицы. Благодаря аллюзиям, происходит ментальное соотнесение нового

языкового образования с исходной пословицей.

Отдельно следует выделить еще один тип трансформации, в котором объединяются несколько уже названных типов:

- смешанный тип трансформации пословицы.

Итак, трансформации *замена лексических компонентов* или *добавление лексических компонентов* могут содержательно представлять *конкретизацию временного, пространственного, количественного, цветового и других компонентов*.

Например, в случае употребления китайской пословицы 一年之计，莫如树谷；十年之计，莫如树木；终身之计，莫如树人 (рассчитываешь на год – сажай рис, рассчитываешь на десять лет – сажай деревья, рассчитываешь на всю жизнь – просвещай людей) в российском дискурсе конкретизирован *временной компонент*.

Сочетание *вся жизнь* передано как *100 лет*: «Несомненно, экологическое просвещение становится при этом основой формирования экологической культуры. Недаром китайская мудрость гласит: Рассчитываешь на год – сажай рис. Рассчитываешь на десять лет – сажай деревья. Рассчитываешь на сто лет – просвещай людей» [Безформата, 17.04.2017].

Данная китайская пословица представляет собой извлечение из книги 管子·权修 (Гуаньцзы·Цуаньсю). Пословица говорит о том, насколько трудно воспитать талантливых людей, объясняет необходимость долгосрочного планирования. В русской культуре выражение *сто лет* уже давно стало устойчивым и обозначает *весьма длительный срок, практически всю жизнь*, как, например, в высказывании «Я не видел тебя *сто лет*».

В другом примере конкретизирован *пространственный компонент* путем *добавления лексики*. Китайская пословица 千里之行，始于足下 (дорога в тысячу ли начинается с первого шага) передана в русскоязычном дискурсе как *дорога в десять тысяч ли начинается с первого шага*.

Расстояние в данном русскоязычном варианте пословицы *в 10 раз длиннее*, чем в исконной пословице: «Как гласит китайская пословица, дорога в десять тысяч ли (мера длины, эквивалентна 393 метрам – прим. кор. ТАСС) начинается с первого шага – думаю, таким поступательным образом мы разовьем отношения с Республикой Корея, Японией, другими государствами Восточной Азии» [ИТАР-ТАСС, 13.04.2017].

В русскоязычном варианте пословицы 一白遮百丑 (Одним белым закрывается сотня несовершенств) *замена лексического компонента* приводит к созданию *цветовой ассоциации* и *сокрытого* в ней культурно-специфического смысла. Данная пословица употребляется в следующем фрагменте: «На китайском телевидении предостаточно роликов, рекламирующих кремы для

«магического отбеливания» кожи. Белый здесь является синонимом красивого, или, как гласит китайская поговорка, капля белого затмит 100 оттенков серости» [Безформата, 19.08.2014].

Концепт «красота» в китайской культуре отражает восприятие белого цвета кожи как идеала, достижение его может сделать незаметными несовершенства. В российской культуре удачным цветовым ассоциатом стал серый цвет, но в переносном смысле *серость* в российской культуре традиционно обозначает «неприглядный», «неухаженный», «незаметный». Таким образом проявляется творчество журналиста, создавшего игру цвета (*белый-серый*), которая отсутствовала в оригинальной китайской поговорке.

Многочисленные трансформации китайских поговорок создают их *вторичную* вариативность, т.е. *вариативность в иной (русской) культуре*, в отличие от первичной вариативности, которую китайские поговорки получают в родной культуре.

В исследованном поговорочном материале выявлены случаи паремиологической контаминации китайских поговорок. В отличие от изменения компонентов, данный тип характеризуется изменением части в целостной структуре поговорки или всей поговорки.

Так, пример китайской поговорки 酒香不怕巷子深 (Хорошее вино не боится находиться в глубоком подвале) показал трансформацию части китайской поговорки В процессе трансформации заменена часть *находиться в глубоком подвале* на *не нуждается в рекламе*.

Это явление демонстрирует импровизацию автора, который выводит поговорочную метафору в широкий контекст: «Фужу – это консервированный соевый творог-доуфу, который готовят из соевого сыра. Фужу появился на несколько сотен лет позже самого доуфу. Старинная поговорка гласит: доброе вино не нуждается в рекламе. Это же относится и к фужу» [Российская газета, 05.12.2014].

В данном фрагменте автор не потерял значения исходной китайской поговорки. Вероятно, в сознании автора соотнесение с исходной поговоркой происходит благодаря сохранению обобщенного смысла, общей аксиологии, а также вследствие сопоставимости образов. В дальнейшем в российском коммуникативном пространстве контаминированные китайские поговорки получают новые трактовки, соединяются с новыми образами, включаются в новые дискурсы и обретают новые смыслы.

В ряде случаев выявлена *полная замена поговорки*. Доказательством данного типа *паремиологической контаминации* является китайская поговорка 鹬蚌相争，渔翁得利 (Птица-рыболов и устрица сцепились друг в друга, а выгода досталась рыбаку) во фрагменте российского медиа-текста: «Потенциальные последствия нашего провала после 2–3 лет поддержания этой

гонки настолько серьезны для России, что лучше сконцентрироваться на обеспечении благосостояния как иного способа обеспечения безопасности <...> Не хотелось бы, чтобы кто-то воспринимал это буквально, но китайская пословица гласит, что в схватке тигра и дракона побеждает обезьяна» [Рамблер, 28.01.2016].

В вышеприведенном фрагменте, где речь идет о международном положении, реализуется значение пословицы *в конфликте трех сторон выгода достается третьему*. В процессе встраивания китайской пословицы в российское масс-медийное пространство автор прибегает к образам животных, широко ассоциируемым в сознании россиян с китайской культурой: образам «тигра», «дракона», «обезьяны». Эти образы полностью заменяют исконные китайские образы «птицы-рыболова», «устрицы», «рыбака».

Исходя из расширительной трактовки понятия *контаминации*, выявлено, что в данном случае происходит скрещивание нескольких китайских пословиц. Трансформация формируется под влиянием других китайских пословиц, таких как: 坐山观虎斗 (Сидеть на горе и смотреть, как дерутся тигры), 龙虎斗 (Битва дракона с тигром), 山中无老虎, 猴子称大王 (Когда в горах нет тигра, то и обезьяна будет царем). Используя понятия «конфликта» и «битвы», соединяя различные образы животных, автор создает новую, более наглядную и привычную российскому сообществу пословичную единицу.

Исконная китайская пословица	Другие китайские пословицы	Образы, известные российскому сообществу	Трансформация (в российском медиадискурсе)
鹬蚌相争, 渔翁得利 досл.: птица-рыболов и устрица вцепились друг в друга, а выгода досталась рыбаку	сидеть на горе и смотреть, как дерутся тигры (坐山观虎斗)	тигр	в схватке тигра и дракона побеждает обезьяна
	битва дракона с тигром (龙虎斗)	тигр дракон	
	когда в горах нет тигра, то и обезьяна будет царем (山中无老虎, 猴子称大王)	тигр обезьяна	

Таким образом, полная замена пословицы, возможно, обусловлена, с одной стороны, хорошим знакомством автора с китайской культурой, в частности, с рассказами, притчами, а также способностью автора соединять несколько инокультурных пословиц, чтобы обеспечить их понимание российской читательской аудиторией. В таком случае трансформация применяется осознанно. С другой стороны, трансформация может быть и неосознанной, что происходит вследствие недостаточного знания китайской культуры, неточностью при воспроизведении китайской пословицы.

В ходе анализа было обнаружено, что трансформация китайских

пословиц в российском масс-медийном дискурсе идет и по смешанному типу, т.е. в одном тексте одновременно происходит трансформация по двум или более описанным выше типам. Например, нами обнаружен следующий подтип смешанного типа:

замена составной части + опущение компонентов китайской пословицы

Пословица 不管黑猫白猫，抓住耗子就是好猫 (*Неважно, какого цвета кошка, черная или белая, лишь бы она ловила мышей*) трансформируется данным способом в следующем фрагменте публицистического текста: «О целевых программах движения доложил первый заместитель председателя исполкома ЦС, магистр государственного управления Валентин Цой. – Что касается нашей политической ориентации, хочу привести хорошую китайскую пословицу: неважно, какого цвета кошка. Главное – она должна хорошо делать свое дело, – заявил он» [Коммерсантъ, 16.01.2001].

Данная пословица представляет собой фразу одного из лидеров Китайской Народной Республики – Дэн Сяопина (1904–1997). Он использовал ее для выражения стремления к восстановлению китайской экономики. Тем самым он предложил разделить идеологию и насущные задачи модернизации китайской экономики в 1980-х гг. В то время проводились прагматические экономические реформы: введение элементов рынка, разрешение частной собственности на средства производства, создание свободных экономических зон и т.д.

В данном процессе трансформации в первую очередь опущен компонент концепт «цвет» – «*черная или белая*», значимый для китайской культуры. Даосская концепция *инь-ян* до сих пор значима для современных китайцев. Эти цвета отражают противоположности, существующие во всех феноменах.

Но в российской культуре отсутствует понятие «*инь-ян*», поэтому цвет часто опускают (*Не важно, какого цвета кошка, лишь бы она ловила мышей*). На самом деле, учение *инь-ян* появилось в рабовладельческом обществе более 4000 лет назад при династии Западная Чжоу. Белый и черный цвет в качестве светлого и темного начала рассматриваются как свойства, внутренне присущие материальным предметам, противостояние которых вызывает развитие.

Отметим, что кросс-культурная коммуникация определяет необходимость употребления китайских пословиц в рамках их общего понимания. Оно должно соответствовать реальной ситуации, например, так составная часть пословицы «*лишь бы она ловила мышей*» изменяется на «*она должна хорошо делать свое дело*» в контексте статьи.

Анализ материалов показал, что в российском масс-медийном пространстве одна и та же китайская пословица может подвергаться трансформациям различных типов, в то же время трансформация может привести к изменению смысла китайской пословицы.

В целом, количественные данные о распределении трансформаций каждого типа в виде рисунка (см. рисунок 1).

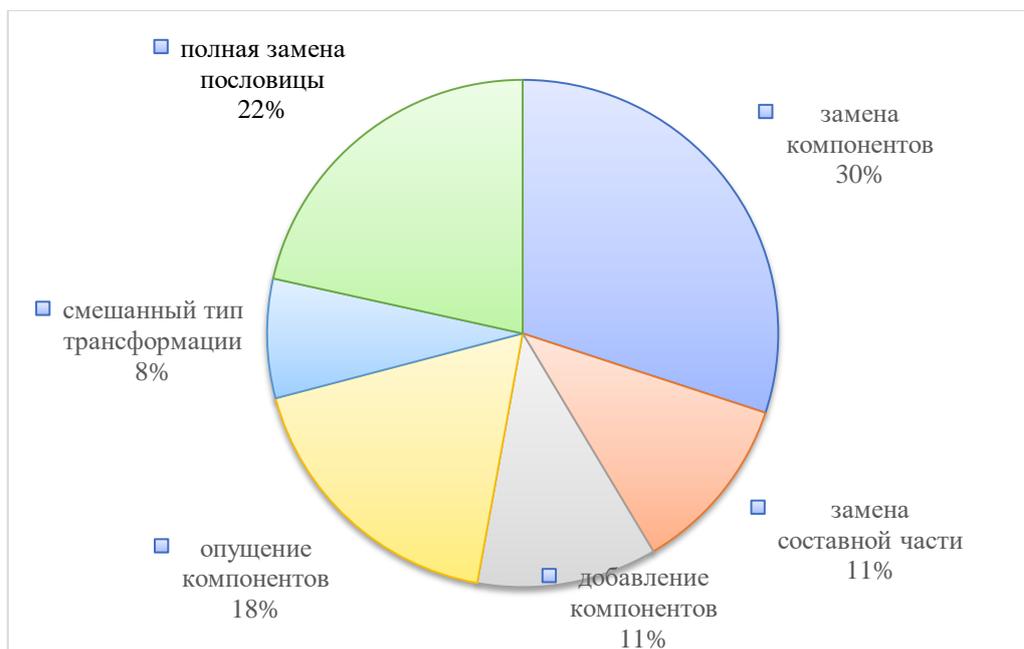


Рисунок 1 – Распределение трансформаций китайских пословиц по типам в российском масс-медийном дискурсе

В разделе 2.2 «**Реализация метафорического потенциала китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе**» раскрываются метафорические и когнитивные свойства китайских пословиц.

Выполненное исследование показало, что китайские пословицы характеризуются яркими метафорическими образами. Метафора является средством большой убедительной силы, поэтому изучение китайской пословичной картины мира позволяет мгновенно схватывать суть явления или идеи, важной для китайского народа. Типы метафор, актуализированных в китайских пословицах, обнаруженных в российском масс-медийном пространстве, показаны в таблице 1.

Таблица 1 – Типы метафор, актуализированных в китайских пословицах, обнаруженных в российском масс-медийном пространстве

Тип метафоры	Количество китайских пословиц
Анималистическая метафора	42
Онтологическая метафора	30
Антропоцентрическая метафора	24
Ориентационная метафора	8
Пространственная метафора	4

Анималистическая метафора является ведущим типом по количеству употреблений. К числу наиболее известных относятся такие китайские пословицы, как 出生牛犊不怕虎 (*Новорожденный теленок даже тигра не боится*); 一山不容二虎 (*На одной горе двум тиграм не жить*), 山中无老虎, 猴子成大王 (*Когда в лесу нет тигра, царем становится обезьяна*).

Китайская пословица 指鹿为马 (*Указывая на оленя, называть его лошадью*) используется в следующем фрагменте «Новой газеты»: «Китайская поговорка указывая на оленя, называть его лошадью возникла из-за случая, который произошел в 207 г. до н.э. Тогда могущественный евнух Чжао Гао, задумав переворот, привел в дворец оленя и назвал его лошадью. Те, кто был преданы Чжао Гао, немедленно подтвердили, что это лошадь. Те придворные, которые неосторожно заявили, что это олень, были казнены за недостаточную верность» [Новая газета, 22.03.2016].

В данном фрагменте речь идет о политических вопросах, позиция издания и автора статьи раскрывается привлечением анималистических образов «оленя» и «лошади». Посредством не прямой референции создается сиюминутная аналогия, служащая прагматическим целям. Тем не менее, политический смысл выражается через пересказ фавулы.

Метафорическая проекция разворачивается в следующем направлении: от первичной актуализации образов зоосферы к культурно-историческому эпизоду Китая, а затем к политическим вопросам, затрагиваемым в российской газете.

Различные метафоры в российском масс-медийном дискурсе создают широкий адаптационный потенциал китайской пословицы, ее способность гибко, лаконично и точно отражать многочисленные реалии российской действительности, давать им оценку и служить ценностным ориентиром.

В разделе 2.3 «**Полифункционализация китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе**» анализируются тематические области российского дискурса в которых употребляются китайские пословицы. Так, публикации российских электронных СМИ, в которых присутствуют китайские пословицы, могут быть разведены на два главных типа по наличию/отсутствию связи содержания с темой Китая:

- **контексты с сугубо китайской тематикой**, т.е. тематически соотнесенные с различными аспектами политики, экономики КНР и китайской культурой (4,5% от общего числа);

Проведен тематический анализ текстов данной группы. Были выделены следующие темы: китайская культура; отношение к здоровью в Китае; китайское общество; образование, бизнес / экономика, экология, наука и спорт в КНР. Среди них по количеству лидируют статьи о культуре Китая, тогда как минимальное число статей посвящено китайскому спорту и науке. Распределение статей по темам представлено на рис. 3.

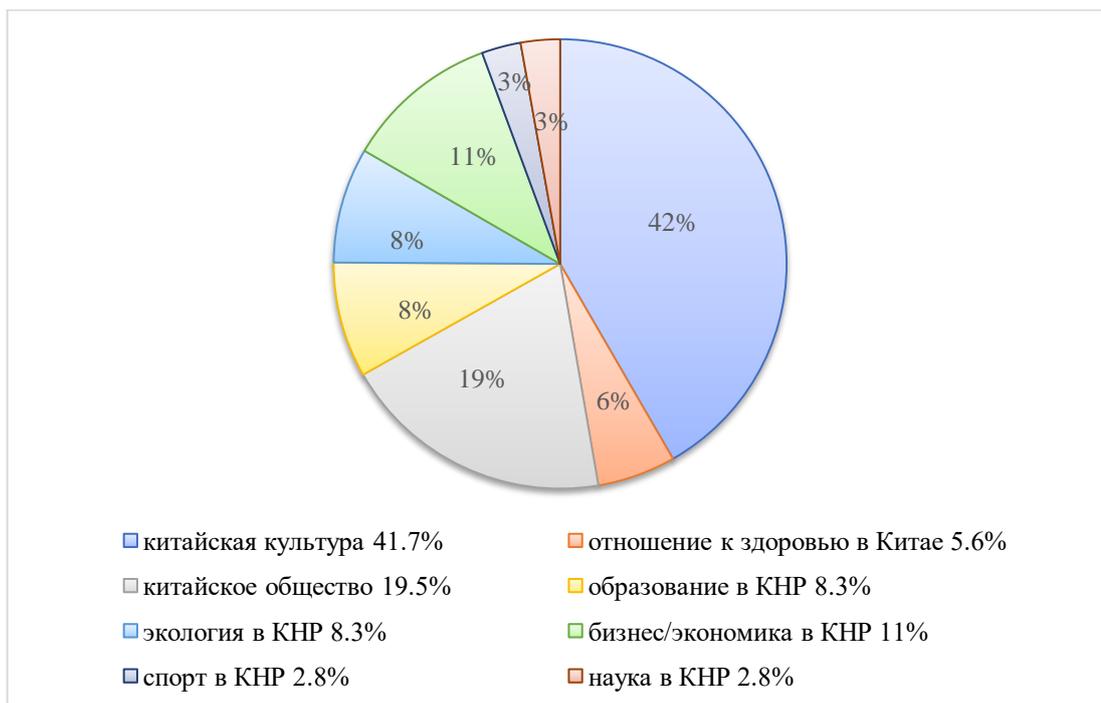


Рисунок 3 – Распределение китайских пословиц только о Китае

● **контексты широкой тематики**, т.е. посвященные событиям и явлениям как в России, так и в других странах мира (95,5% от общего числа), они также могут быть связаны с сотрудничеством России и других стран мира с КНР в разных отраслях.

Среди рассмотренных нами подобных текстов российских масс-медиа, где функционируют китайские пословицы, было выделено 7 тематических групп: 1) тексты о политике; 2) тексты на тему жизни общества; 3) тексты об экономике; 4) тексты о культуре; 5) тексты о здоровье; 6) тексты на тему образования; 7) тексты на тему о спорте.

С учетом перечисленных подгрупп, мы представили примеры пословиц в рамках различных тем в таблице 4.

Таблица 4 – Тематическая группа и примеры китайских пословиц каждого типа

Тематическая группа	Китайская пословица	Перевод	Пример в российском масс-медийном дискурсе
политика	杀一儆百	Убить одного и запугать сотни	Второй признак терроризма заключается в его косвенном дестабилизирующем воздействии <...> Китайская поговорка <u>Убить одного и запугать сотни</u> очень точно характеризует это воздействие. [Завтра, 26.08.2003].
жизнь	物以类聚	Вещи	Начинаешь заниматься нефтью – либо тебя

общества		собираются вместе с себе подобными	сажают, либо убивают, либо... ты покупаешь “Челси”! Но все равно – <u>подобное притягивается подобным</u> [Аргументы и факты, 07.07.2005].
экономика	一分价钱一分货	Одна фэнь – одна единица товара	Высокое качество видят посетители универмагов США и Европы <...> Их качество только подтверждает китайскую поговорку: <u>какова вещь, такова и цена</u> [Известия.ru, 21.08.2002].
культура	天上掉馅饼	С неба упал пирог	В Китае есть одна поговорка: <u>пироги с неба</u> , так говорят о несказанной удаче, и действительно, на Нику эта удача свалилась буквально с неба <...> [Рамблер, 10.06.2018].
здоровье	筋延一寸, 寿延十年	Связка протянет на один цунь, жизнь продлит на десять лет	Помните народную китайскую поговорку: <u>Побольше растянешься, подольше проживешь</u> [Аргументы и факты, 20.04.2002]
образование	人物笑脸 休开店	Человек без улыбки не должен открывать магазин	Китайская поговорка гласит: <u>Человек без улыбки не должен открывать магазин</u> . О каких чертах характера идет речь? Какие выводы можно сделать на основе этой поговорки относительно нашей темы занятия ?» [Учительская газета, 22.02.2005]
спорт	养兵千日, 用兵一时	Тысячу дней держат войско, чтобы использовать его в одном сражении	<u>Кормят войска тысячу дней, а используют одну минуту</u> <...> Здесь 20 с лишним (!) футбольных полей, из которых 12 – травяные и одно с искусственным покрытием (правда, одного из первых поколений). [Спорт-экспресс, 22.08.2003]

В параграфе 2.4 «**Функции китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе**» обобщаются основные функции, которые выполняют китайские пословицы в российских масс-медийных текстах

Выявленные нами функции китайских пословиц в российском масс-медийном пространстве можно классифицировать следующим образом: функция привлечения внимания; эмоционально-экспрессивная функция; оценочная и регулятивная функция; функция создания гармоничной атмосферы.

Так, успешное выполнение функции привлечения внимания адресата китайских пословиц в российских дискурсах сопровождается словами или

короткими предложениями, отчетливо показывающими употребление именно китайских пословиц: «*в Китае есть пословица*», «*по китайской поговорке*», «*Как говорил Конфуций*», «*китайская мудрость гласит, что...*», «*например, китайская пословица...*».

Материалы показали, что в этой функции китайская пословица употребляется в заголовке статьи, в начале статьи или в начале абзаца. Часто рассматриваемую функцию выполняют пословицы, находящиеся *в первом предложении целого текста или в первом предложении какого-либо раздела*. Например, китайская пословица 乐莫大于无忧 (*Радость самая большая и не радость без печали*) процитирована в следующем фрагменте газеты «Аргументы и факты»: «Китайская пословица гласит: Нет большей радости, чем отсутствие причин для печали» [Аргументы и факты, 10.12.2007].

При выполнении эмоционально-экспрессивной функции стилистические значения пословиц могут пробудить воображение слушателя или читателя, оживить текст и сделать дискурс более понятным. Для успешного выполнения данной функции в китайских пословицах сопровождаются такие средства выразительности: преувеличение; перенос; противопоставление; сравнение; персонификация, например китайская пословица 人怕出名猪怕壮 (*Человек боится известности, как свинья боится разжиреть*) используется в следующем фрагменте газеты «Аргументы и факты»: *первой забивают свинью жирную, а человека – неординарного* [Аргументы и факты, 07.11.2014]. Экспрессивность исконной китайской пословицы создается при помощи образности.

Китайские пословицы в российском масс-медийном пространстве реализуют отрицательную оценку или положительную оценку (*активность, польза, добро, бережливость, знание, здоровье, честность, дружба, время, вежливость, похвала, комплимент*). Нередко оценочная функция сочетается с регулятивной: функцией совета; функцией уговора; функцией убеждения, мы представили их в следующей таблице 5.

Таблица 5 – Регулятивная функция китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе

Регулятивная функция	Китайская пословица	Перевод	Пример – фрагмент российского дискурса
функция совета	旧的不去新的不来	Пока старое не уйдет, новое не придет	Возможно, придет идея, как эти вещи использовать, но лучше вспомните восточную мудрость: <u>Чтобы в жизнь вошло что-то новое, надо избавиться от старого</u> [Аргументы и факты, 04.12.2006].
функция запрета	贪多嚼不烂	Жадничаяшь много – не сможешь прожевать	<u>Нельзя откусывать больше, чем сможешь проглотить.</u> Эстрогены в нашем организме должны уравниваться прогестероном, а он вырабатывается в жировой ткани в меньшей степени – от этого возникает гормональный дисбаланс [Аргументы и факты, 17.11.2011].
функция убеждения	是药三分毒	У каждого лекарства есть побочные эффекты	Поэтому конкретно в моем творчестве порох символизирует скорее лекарство и излечение от невидимых болезней. Но есть такая китайская поговорка: <u>каждое лекарство на одну треть ядовито.</u> Об этом тоже важно помнить [Lenta.ru, 12.09.2017].

Функция создания гармоничной атмосферы делает пословицы важным средством коммуникации в сфере международного сотрудничества. В результате можно говорить об эффективной коммуникации сторон в процессе международного диалога. Данная функция обусловлена уникальной гармоничностью китайской культуры.

Китайская пословица *根深叶茂* (*Если корень прочен, ветви будут могучими*) процитирована в следующем фрагменте российского масс-медийного дискурса: «Древняя китайская мудрость гласит: Не бывает, чтобы корень был непрочен, а ветви выросли могучими. Надо сказать, что прекрасная „крона“ наших совместных усилий, украсившая в последние годы наши отношения, отражает всю глубину и прочность поистине дружеских чувств двух народов» [Президент, 26.03.2007].

Китайские пословицы могут оказывать на читателей особый когнитивный эффект, потому что они вызывают культурно установленные и признанные ментальные схемы у читателей. Суть функции создания гармоничной атмосферы состоит в том, что на когнитивном уровне возникает определенный отклик, результатом которого является успешная коммуникация между собеседниками.

Основные положения Главы 2 представлены в выводах.

В **заключении** обобщаются основные результаты работы и указываются перспективы дальнейшего исследования.

Установлено, что китайская пословичная система обладает высокой адаптивностью к иной культуре, а также к разнообразным конкретным темам и ситуациям в рамках данной культуры.

Отмечено, что китайская пословичная система не является закрытой, ее прагматический потенциал в российском дискурсе в основном направлен на подтверждение российских культурных ценностей.

Выявлены основные способы трансформаций китайских пословиц в российском масс-медийном дискурсе. Возникновение и использование трансформированных пословиц в языке российской прессы связано с ситуативным разнообразием освещаемых тем, с адаптацией пословицы к российскому культурному и языковому контексту, а также, возможно, с недостаточным знанием китайской культуры, с кросс-культурной интерференцией или смешением культур.

Показано, что китайские пословицы в российском масс-медийном пространстве служат способом передачи информации не только о Китае и используются не только в «китайском» контексте.

Обладая метафорическими характеристиками, китайские пословицы выполняют ряд функций: эмоционально-экспрессивную, оценочную, и могут создать гармоничную атмосферу между собеседниками, привлечь внимание адресатов.

Перспектива дальнейшего исследования видится в сопоставительном рассмотрении китайских пословиц на медийном материале других языков мира. Представленная методика может быть использована для изучения функционирования пословиц других языков в российском масс-медийном пространстве.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

I. Научные статьи, опубликованные в ведущих российских периодических изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. Люй Цзинвэй. Функции китайских пословиц в российских дискурсах СМИ // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Гуманитарные науки». 2018. № 3. С. 154–157.

2. Люй Цзинвэй. Когнитивно-метафорическое исследование китайских пословиц в российском масс-медийном пространстве // Балтийский гуманитарный журнал. 2018. № 4 (25). С. 70–74.

3. Люй Цзинвэй. Трансформации китайских паремий в российском масс-медийном дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 10. Ч. 3. С. 128–132.

II. Публикации в других научных изданиях:

1. Люй Цзинвэй. Images of animals in Chinese proverbs, used in the

Russian mass media discourse // Polish journal of science. 2019. № 14. Vol. 2. С. 35–39.

2. Люй Цзинвэй. Китайские пословицы функционируют в российском политическом пространстве газетных СМИ // Образование и наука в России и за рубежом. 2018. № 11. С. 55–62.

3. Люй Цзинвэй. Иноязычные пословицы в русском культурном гештальте // Диалог культур Тихоокеанской России и сопредельных стран: межэтнические, межличностные коммуникации: сборник материалов II Всероссийской научной конференции с международным участием. Владивосток: ИИАЭ ДВО РАН, 2019. С. 241–244.