

Научная статья

УДК 801.001

<https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/49-55>

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КИТАЙСКИХ ПОСЛОВИЦ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ КИТАЯ

Ирина Николаевна Кохан

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия,

кандидат филологических наук, доцент, kokhan-in@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5408-3310>

Аннотация. Исследование посвящено анализу прагматических особенностей функционирования китайских пословиц в контексте межкультурного взаимодействия Китая с миром посредством англоязычных китайских СМИ. Цель исследования – изучение этнических пословиц и поговорок, цитируемых в СМИ Китая как средства воздействия на англоязычного читателя. Анализируются особенности передачи и функционирования пословиц в англоязычных китайских СМИ, прагматические стратегии, для реализации которых используются пословицы.

Ключевые слова: пословица, межкультурная прагматика, дискурс, прагматическая стратегия, прагматическая тактика, прагматический прием.

Для цитирования: Кохан И. Н. Прагматический потенциал китайских пословиц в англоязычных СМИ Китая // Дальневосточный филологический журнал. 2023. Т. 1, № 2. С. 49–55. <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/49-55>.

Original article

PRAGMATIC POTENTIAL OF THE CHINESE PROVERBS IN CHINESE MEDIA PUBLISHED IN ENGLISH

Irina N. Kokhan

Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia,

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, kokhan-in@dvfu.ru,

<https://orcid.org/0000-0002-5408-3310>

Abstract. The study is devoted to the pragmatic peculiarities analysis of the Chinese proverbs functioning in the context of China's intercultural interaction with the world through the Chinese media published in English. The frequent use of ethnic proverbs by Chinese journalists is seen not only as a reflection of the national worldview specifics, but also as a means of additional influence on the English-speaking reader. The features of the translation and functioning proverbs in the English-language Chinese media, pragmatic strategies for the implementation of certain proverbs used are analyzed.

Keywords: proverb, cross-cultural pragmatics, discourse, pragmatic strategy, pragmatic tactics, pragmatic methods.

For citation: Kokhan I. N. Pragmatic potential of the Chinese proverbs in Chinese mass media published in English // Far Eastern Philological Journal 2023. V. 2, № 2. P. 49–55. (In Russ.). <https://doi.org/10.24866/2949-2580/2023-2/49-55>.

Настоящая статья посвящается анализу прагматического потенциала китайских пословиц в контексте межкультурного взаимодействия Китая с миром посредством англоязычных китайских СМИ. Актуальность такого исследования обусловлена современными тенденциями в изучении взаимодействия языков и культур. Видится, что в рамках современной политической и экономической ситуации в мире, средства массовой информации (к которым мы в данном исследовании относим электронные и печатные газеты, журналы, блоги) выступают в качестве своеобразного инструмента влияния на общественное мнение.

С позиций теории межкультурной прагматики пословицы представляют особый интерес при рассмотрении такого явления, как англоязычный массмедийный дискурс Китая [1; 2; 4; 9; 10]. СМИ Китая в большинстве своем являются государственными и подчиняются требованиям Коммунистической Партии Китая (КПК) [5; 7; 12]. Таким образом, мы можем заключить, что вся представленная в китайских СМИ информация проходит проверку и несет в себе определенный посыл, идеи, отражающие генерализированный взгляд Китая на события как внутри страны, так и на международной арене.

Особый интерес в этой связи вызывают англоязычные СМИ Китая, направленные, в первую очередь, на иноязычного читателя. Представляется, что в англоязычных статьях также заложен более глубокий смысл, чем может показаться на первый взгляд. В противовес культуре Запада, для культуры Китая характерно завуалированное представление информации, обращение к различным образам, метафорам, иносказаниям [3; 6]. В рамках настоящего исследования особо отметим обилие эмпирического материала, т. е. значительное количество этнических китайских пословиц в англоязычном дискурсе китайских СМИ. Обращение к элементам народного творчества несет в себе определенный прагматический смысл. Таким образом, объектом данного исследования выступают китайские пословицы, функционирующие в англоязычном дискурсе СМИ Китая.

Предметом исследования являются функционально-прагматические аспекты пословиц в китайских СМИ на английском языке. Цель исследования состоит в определении закономерностей функционирования китайских пословиц в англоязычном дискурсе китайских средств массовой информации с позиций межкультурной прагматики. Среди задач важнейшими являются выявление способов передачи пословиц, установление прагматических функций и стратегий, реализуемых этническими пословицами в англоязычных СМИ Китая.

Отметим, что понятие пословицы имеет достаточно размытые границы в китайской фольклористике. Классически, принято выделять такие единицы как: 成语 («Чэньюй»: идиомы), 歇后语 («Сехоуэй»: недоговорки-иносказания); 惯用语 («Гуаньюньюй»: фразеологические сочетания), 俗语 («Суюй»: поговорки), 格言 («Гыень»: афоризмы, цитаты), 警句 («Цзинцзю»: отточенные фразы), 奇说 («Тишуо»: странные речения, парадоксы, суждения) [9, с. 235].

В китайских англоязычных СМИ нам встретились такие сочетания, как «Chinese proverb», «Chinese saying», «Chinese wisdom». С опорой на труды О. В. Николаева, Чень Шумэй, М. Е. Панина [6; 9; 10] мы оставим за собой право обобщенно называть анализируемые фольклорные единицы пословицами. Таким образом, материалом для настоящего исследования

послужили китайские пословицы, функционирующие в современном дискурсе англоязычных СМИ Китая.

Общее количество проанализированных фрагментов англоязычного массмедийного дискурса Китая составило 179 статей. Отбор проводился методом сплошной выборки пословиц из электронных версий англоязычных китайских СМИ в период с 2002 по 2022 гг. по ключевым словам (Chinese proverb / saying / wisdom / idiom). Все англоязычные версии китайских пословиц верифицировались по словарям китайских пословичных единиц [12; 13; 20].

Проведенный анализ выявил, что самыми многочисленными способами передачи этнических пословиц в англоязычных СМИ Китая являются дословный перевод, введение англоязычного эквивалента или близкого аналога, свободная передача смысла, и комбинирование нескольких способов одновременно. Рассмотрим некоторые из наиболее употребительных способов.

Иллюстрацией обращения к дословному переводу может выступать пословица *To forge iron, one must be strong* функционирующая в статье, посвященной борьбе с коррупцией в органах власти Китая: «**To forge iron, one must be strong**», Xi said, citing a traditional Chinese proverb to underline the Party's resolve to become corruption-free» [21] // «**Чтобы ковать железо, нужна сила!**» – заявил Си, процитировав традиционную китайскую пословицу, чтобы подчеркнуть намерение Партии искоренить коррупцию» (Здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – Прим. И. К.).

Отраженные в приведенной пословице общепонятные образы, исторически сложившиеся ценности китайского народа и глубокий смысл, возникающий как актуализация собственного значения пословицы на фоне злободневной проблемы – все это направлено на создание посредством пословицы эффективного приема усиления прагматической интенции убеждения.

Значительное количество примеров обнаруживает такой способ передачи, как комбинирование нескольких процедур одновременно. Одним из таких способов является сочетание «китайского оригинала + дословного перевода изречения + цитирования английского эквивалента + свободная передача смысла». Так пословица *Speak of Cao Cao and he appears* функционирует в статье, посвященной обнаружению гробницы Цао Цао, и апеллирует к образу реального человека:

«**Speak of Cao Cao and he appears**» (说曹操，曹操到) is the equivalent of «*Speak of the devil*» in English. The well-known historical fiction, «*The Romance of Three Kingdoms*» secured his position as a villain in Chinese literature» [18] // Китайская пословица «**Вспомни о Цао Цао, и он появится**» это эквивалент английского «*Помяни черта, и он появится*». Знаменитый роман «Троецарствие» закрепил за ним образ злодея в китайской литературе.

Мы полагаем, что помимо китайского оригинала и дословного перевода (*Speak of Cao Cao and he appears*) на английский язык, автор статьи также приводит англоязычный эквивалент (*Speak of the devil*) и краткую справку (толкование семантики пословицы – *a villain in Chinese literature*), стремясь в полной мере донести до иноязычного читателя смысл как изречения, так и всего содержания статьи.

При работе с материалом нами была отмечена высокая лингвокультурная вариативность этнических пословиц, проявляющаяся в языковом, дискурсивном и социокультурном аспекте (см. табл.).

Вариативность в языковом аспекте заключается в обращении к различным языковым средствам передачи. Так, при цитировании высказывания Президента КНР Си Цзиньпина на встрече государств-членов БРИКС, в статье одного издания фигурирует лексема «братья»,

которая близка по языковой реализации к оригиналу, а в статье другого издания мы видим вариацию, где актуализирован образ соседа, что более соответствует тематике сообщения.

Лингвокультурная вариативность китайских пословиц в англоязычных СМИ Китая

Языковая вариативность	兄弟齐心，其利断金 Единодушие братьев крепче стали	When brothers are united, their sharpness can break metal [22]	When neighbors are together, their strength can break metal [14]
Дискурсивная вариативность	过了 腊八 就是年 Когда придет Лаба , праздник весны уже не за горами	<u>Внутренняя тематика</u> If Laba Festival comes, can win- ter be far be- hind? [16]	<u>Внешняя тематика</u> If the spring comes, can win- ter be far behind? [17]
Социокультурная вариативность	如果您有 两枚硬 , 请在面包上花费一枚，在花上花费一枚 Если у тебя есть две монеты , потрать одну на хлеб, а вторую на цветок <...>	If you have two pennies , spend one on a loaf and one on a flower [19] Penny – англоязычный образ Loaf and flower – китайские образы	

Вариативность в *дискурсивном аспекте* заключается в обращении к исконно китайским образам в статьях, освещающих внутренние дела, и к образам, более близким англоязычному читателю, в статьях международной тематики. Так, в статье, посвященной внутренним делам Китая, фигурирует пословица с дословным переводом слова Лаба, то есть календарного праздника конца зимы. В статье международной тематики незнакомый англоязычному читателю образ Лаба был заменен на более знакомый образ весны.

Вариативность в *социокультурном аспекте* проявляется в свободной замене образов, (т. е. соединении китайских и англоязычных образов в рамках одной пословицы). Так, в представленном в таблице примере соединяются знакомый англоязычному читателю образ монеты пенни, китайские образы хлеба как символа жизни, и цветка как символа красоты.

Далее был проведен анализ прагматических стратегий и функций [8], реализуемых посредством этнических пословиц в дискурсе англоязычных СМИ Китая, в ходе которого было выявлено, что ведущими являются стратегии установления положительной модальности и управления конфликтогенными ситуациями.

Отметим выявленное нами различие в функциональной интенциональности пословиц в зависимости от прагматической стратегии. Так, мы полагаем, что в рамках реализации стратегии установления положительной модальности пословицы выступают с функцией солидаризации с мнением других участников ситуации, и с функцией отождествления позиции автора с общенациональной точкой зрения. В рамках реализации стратегии управления конфликтогенными ситуациями пословицы, по нашему мнению, функционально акцентируют мягкую дискредитацию оппонента и защиту государственных интересов Китая.

Рассмотрим пример обращения к пословице как приему стратегии установления положительной модальности. Так, в статье, посвященной выборам Президента США 2016 года, фигурирует поговорка *women hold up half the sky*:

«And having a woman in the White House, instead of a misogynist will prove that <...> «women hold up half the sky». And it will give hope to girls in China and elsewhere that their dreams can be limitless, and they can aim for the stars» [15]// А правление женщины в Белом Доме вместо женоненавистника докажет, что <...> «женщины держат половину неба». И это даст надежду девочкам в Китае и во всем мире, что их мечты безграничны, и они могут стремиться к звездам.

Солидаризация с мнением других участников описываемой ситуации обнаруживается в том, что автор в соответствии с международной обстановкой и позицией Китая, активно поощряет выдвижение женщины на пост президента США.

Примером пословицы, реализующей стратегию управления конфликтогенными ситуациями, выступает *It's like fishing the moon out of the water*, которая фигурирует в рамках статьи, посвященной взаимоотношениям Китая и Японии в рыбодобывающей отрасли:

«It's like fishing the moon out of the water» said Zhou, quoting the Chinese proverb used to describe efforts made in vain. It takes at least three years to create a business like that» [23] // «Словно ловишь луну в воде» – заявил Чжоу, цитируя китайскую пословицу, описывающую бессмысленность действий (Японии). Нужно как минимум три года, чтобы создать бизнес, подобный этому.

Цель обращения к пословице в контексте нашего исследования заключается в мягкой критике действий японцев и выражении гордости за собственные достижения. Пословица выступает приемом дискредитации оппонента. При помощи элемента народного фольклора, с одной стороны, доказывается значимость усилий, прилагаемых китайцами в ходе работы, а с другой, критикуется обесценивание этих трудов японцами.

Проведенное исследование прагматической роли китайских пословиц в англоязычных СМИ Китая позволило прийти к следующему выводу: обращение к тому или иному способу передачи пословиц контекстуально обусловлено и зависит от прагматических стратегий, для реализации которых привлекаются элементы народного творчества. Выявлено, что китайским пословицам в англоязычном дискурсе китайских СМИ свойственна обусловленная англоязычной средой широкая лингвокультурная вариативность, предполагающая языковую, дискурсивную и социокультурную изменчивость. Функционирование пословиц в дискурсе англоязычных СМИ Китая обусловлено совокупностью лингвистических и экстралингвистических особенностей контекста статей. Отличительной чертой пословиц является их полифункциональность. Обобщение результатов исследования потенциала этнических пословиц в дискурсе англоязычных СМИ Китая в ракурсе межкультурной прагматики позволило заключить, что пословицы, цитируемые в СМИ, могут выступать в качестве приема воздействия на англоязычного читателя, актуализируя китайскую национальную идентичность, а также завуалированно предлагая мнение Китая в отношении освещаемых событий.

Список литературы

1. Бабиян Т. В. Пословицы и поговорки как средства репрезентации лингвокультурных реалий // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 10–2 (76). С. 48–50.
2. Барчукова К. В. Фразеология в китайском языке // Молодой ученый. 2015. № 18. С. 514–517.
3. Ван В. Лингвокультурологическая интерпретация терминов родства по данным речи // Физика. Технологии. Инновации: Сборник научных трудов Уральского федерального университета, Екатеринбург, 2015. Вып. 1. С. 289–296.

4. Ван Г. Активные процессы в лексике современного китайского языка // Academy. 2016. № 6 (9). С. 80–82.
5. Ван С. Изменение взглядов на политическое функционирование СМИ в Китае // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 12. Социология. 2015. № 1. С. 155–160.
6. Ветров П. П. Фразеология современного китайского языка: синтаксис и стилистика. М.: Восточная книга, 2007. 368 с.
7. Лю Д., Хэй Х. Текущая ситуация и политика международной коммуникации китайского имиджа / Чжунго синсян: Чжунго гоцзя синсяндэ гоцзи чуаньбо сианьчуан юй дуйцэ. Пекин: Изд-во Китайского университета коммуникации, 2006. 206 с.
8. Моисеева И. Ю., Чудина Е. В. Прагматические функции пословиц и поговорок // Вестник Оренбургского государственного университета. 2004. № 11. С. 170–172.
9. Николаева О. В., Шумэй Чень, Панина М. Е. Кросс-культурная паремиология: китайские пословицы и поговорки в англоязычных китайских СМИ // Сибирский филологический журнал. 2017. № 3. С. 233–247
10. Николаева О. В., Кохан И. Н. Речетворчество и лингвокреативность в дискурсе англоязычных китайских СМИ // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. № 11. С. 3514–3519.
11. Цзе Ч. Продвижение положительного имиджа Китая в традиционных СМИ и медиа нового типа // Медиаскоп. 2018. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/2449> (дата обращения: 08.07.2022).
12. Bangyan Y. A Dictionary of Chinese Proverbs and Maxims with English Translation. China: Shanghai Foreign Languages Education Press, 2015. 1067 p.
13. Chengyu: 100 Common Chinese Idioms: Illustrated with Pinyin and Stories. USA: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. 106 p.
14. China-LAC Cooperation Does Not Target Anyone: FM // The China Daily, 08.03.2018. URL: <http://www.chinadaily.com.cn/a/201803/08/WS5aa0f195a3106e7dcc1406f9.html> (дата обращения: 08.07.2022).
15. Dzodin H. Hawkish Hillary or Unpredictable Trump: Choice China Faces // The China Daily, 13.10.2016. URL: http://www.chinadaily.com.cn/opinion/2016-10/13/content_27052115_2.htm (дата обращения: 08.07.2022).
16. Hu Yijun. Begin with laba// The China Daily, 06.01.2012. URL: http://usa.chinadaily.com.cn/weekly/2012-01/06/content_14390313.htm (дата обращения: 08.07.2022).
17. Huaxia. Across China: China sees winter sports boom around Spring Festival // Xinhua, 06.02.2022. URL: <https://english.news.cn/20220206/1b3b1ec573fc4673a7efed689c5067b9/c.html> (дата обращения: 08.07.2022).
18. Li X. Tomb of Cao Cao, Early Ruler, Is Found // The Shanghai Daily, 28.12.2009. URL: <http://www.shanghaidaily.com/nation/Tomb-of-Cao-Cao-early-ruler-is-found/shdaily.shtml> (дата обращения: 08.07.2022).
19. Lia Zhu. Flower Power goes back past 1967 // The China Daily, 16.06.2017. URL: http://usa.chinadaily.com.cn/epaper/2017-06/16/content_29770548.htm (дата обращения: 08.07.2022).
20. Scarborough W. Collection of the Chinese Proverbs Translated and Arranged. London: Truebner and Co., 1875, 532 p. URL: <http://library.umac.mo/ebooks/b26028347.pdf> (дата обращения: 08.07.2022).

21. *Xi Urges Confidence in Overcoming Corruption* // The China Daily, 13.01.2016. URL: https://www.chinadaily.com.cn/china/2016-01/13/content_23055997.htm (дата обращения: 08.07.2022).

22. *Xiamen Summit to Bring BRICS Members Closer* // Xinhuanet, 18.08.2017. URL: http://news.xinhuanet.com/english/2017-08/18/c_136537394.htm (дата обращения: 08.07.2022).

23. *Xu J. A Delicate Masterpiece* // The China Daily, 05.05.2017. URL: http://usa.chinadaily.com.cn/epaper/2017-05/05/content_29220016.htm (дата обращения: 08.07.2022).

Статья поступила в редакцию 02.02.2023; одобрена после рецензирования 02.03.2023; принята к публикации 02.03.2023.

The article was submitted 02.02.2023; approved after reviewing 02.03.2023; accepted for publication 02.03.2023.