

ФУНКЦИИ КИТАЙСКИХ ПОСЛОВИЦ В РОССИЙСКИХ ДИСКУРСАХ СМИ

Люй Цзинвэй

Аспирант,

Дальневосточный федеральный
университет, г. Владивосток

FUNCTIONS OF CHINESE PROVERBS IN RUSSIAN MASS-MEDIA DISCOURSES

Lyu Jingwei

Annotation

Chinese proverbs are quite noticeable in the contemporary Russian discourse of mass media. The article is devoted to the analysis of the pragmatic functions of Chinese proverbs in the Russian media. Chinese proverbs in the Russian media discourse have such functions as function of attracting attention, emotionally expressive function, evaluation function and regulatory function.

Keywords: Chinese proverbs, discourse, mass media, function.

Аннотация

Китайские пословицы достаточно заметны в современном российском дискурсе СМИ. Статья посвящена анализу прагматических функций китайских пословиц в российских СМИ. Китайские пословицы в российском дискурсе СМИ имеют такие функции, как функция привлечения внимания, эмоционально-экспрессивная функция, оценочная функция и регулятивная функция.

Ключевые слова:

Китайские пословицы, дискурс, СМИ, функция.

Сопоставление китайских и русских пословиц в настоящее время является достаточно актуальным и уже не раз являлось предметом изучения учёных. Вслед за сопоставительными исследованиями структуры и семантики китайских и русских пословиц появились работы по анализу функционирования китайских пословиц в российском коммуникативном пространстве [7, с. 1–11]. О.В. Николаева и О.В. Гавриленко впервые рассмотрели проблему употребления китайских пословиц в российском дискурсе на материале газетных статей в рамках лингво-когнитивного и лингво-прагматического подходов [7]. Исследование функционирования китайских пословиц говорит о важном месте и уникальном характере китайских пословиц в русском коммуникативном и культурном пространстве и служит объективным свидетельством межкультурного, межъязыкового и когнитивного взаимодействия в поликультурном пространстве России [24, с. 132–136].

Пословицы касаются всех сторон человеческой жизни, всех общественных явлений [31, с. 5]. Половицы справедливо считают сгустками народной мудрости, то есть тем самым народным культурным опытом, который сохранился и передаётся из поколения в поколение. Пословицы отражают образ жизни, географическое положение, историю, и традиции той или иной общности [30, с. 11]. Очевидна и велика роль пословиц в накоплении и передаче культурных смыслов. Культурологическое исследование позволяет найти в пословицах уникальные культурные компоненты (термин Е.М. Верещагина и В.Г. Кос-

томарова [6]), пословицы выступают аккумулятором и хранителем жизненного опыта народа.

При вхождении в русскую культуру китайские пословицы выполняют конкретные функции. Мы обращаемся к российскому масс-медийному дискурсу, поскольку именно масс-медийный дискурс является регулярным источником массового распространения иноязычных и инокультурных пословиц и поговорок [25, с. 233–247]. В ходе исследования были отобраны и проанализированы 54 фрагмента употребления китайских пословиц в двух российских электронных газетах: "Аргументы и факты" [4] и "Известия" [9]. Поиск для отбора материалов окончился ноябрем 2017 года.

Целью нашего исследования является изучение функций китайских пословиц в российских дискурсах СМИ.

Немало учёных в России и за рубежом обращают внимание на функции пословиц и поговорок, особенно их прагматические функции. Среди них О.Б. Абакумова, О.Ю. Машина, И.Ю. Моисеева и Е.В. Чудина, 侯璞 (Хоу Пу) и др.

Так, А.А. Константинова отмечает, что использование паремий позволяет автору решать основные прагматические задачи: привлечение внимания, выражение отношения и оценки, создание стилистического эффекта; повышение экспрессивности, эмоциональности [16, с. 24–28].

И.Ю. Моисеева и Е.В. Чудина выделяют три группы прагматических функций: 1) привлечение внимание адресата; 2) акцентуация, то есть выделение коммуникативного значения элементов; 3) функция компрессии информации [22, с. 170–172].

О.Б. Абакумова исследовала функции пословиц в бытовом диалоге и выявила следующие прагматические функции: экспрессивную, констативную, регулятивную. К первому типу относятся пословицы, служащие для выражения, например, эмоционального состояния, оценки. Ко второму типу причислены пословицы, выполняющие в дискурсе информативную или характеризующую роли. Регулятивная функция, по О.Б. Абакумовой, включает призыв, поддержку или одобрение, побуждение к действию, упрек, совет или рекомендацию, предупреждение и др. [3, с. 9].

О.Ю. Машина считает, что пословица подытоживает размышление героев, играет роль обобщения в диалогах, описывает характеристику героя и его отношения к событиям, выполняет оценочную функцию [20, с. 185–187].

Китайский учёный 侯璞 (Хоу Пу) полагает, все прагматические функции пословиц должны быть выделены на 4 группы: 1) совет, уговор и убеждение; 2) приведение и подтверждение точки зрения; 3) создание гармоничной атмосферы; 4) введение к новой теме [32, с. 38–42].

Обобщая классификации О.Б. Абакумовой, китайского учёного 侯璞 (Хоу Пу), а также систематизацию функций И.Ю. Моисеевой и Е.В. Чудиной, мы выделяем в российских дискурсах четыре основных функции китайских пословиц: привлечение внимания, эмоционально-экспрессивная, оценочная и регулятивная функции.

Так, исследование показало, что китайские пословицы в российском дискурсе СМИ используются для привлечения внимания читательской аудитории. При выполнении такой функции пословица появляется в заглавии или в начале статьи или самостоятельного абзаца, например: *"Китайская пословица гласит: "Нет большей радости, чем отсутствие причин для печали". Судьба распорядилась так, что из всех древнейших цивилизаций только китайской удалось избежать мощнейших катаклизмов, приведших другие государства к упадку и глобальным кризисам."* [8].

Для успешного выполнения функции привлечения адресата употребление китайских пословиц в российских дискурсах включает цитированные признаки: словосочетания, слова или короткие предложения, отчётливо показывающие употребление именно китайских пословиц: *"в Китае есть пословица", "по китайской поговорке", "Как говорил Конфуций", "китайская мудрость гласит, что...", "напри-*

мер, китайская пословица...". Прагматический эффект использования китайской пословицы основан на ассоциации с мудростью китайской древнейшей цивилизации, что и привлекает внимание читателей: *"Как говорил Конфуций, когда пути неодинаковы, не составляют вместе планов" [1], "Иначе чем объяснить бытующую китайскую пословицу: "Обилие лекарств еще не гарантия выздоровления" [13]. Ко второму – "Мягкое побеждает твердое", - гласит старинная китайская пословица" [26], "Хорош один цветок. Два, положенные рядом, убивают друг друга- гласит китайская мудрость" [18].*

Помимо привлечения внимания адресата китайские пословицы, стоящие в начале абзаца, обуславливают дальнейшее развитие темы. Китайская пословица формирует дискурсивную рамку дальнейшего содержания: *"Нет такой проблемы, которую не могла бы решить прогулка", - так гласит старая китайская пословица. И это абсолютная правда! Прогулка буквально заряжает ваш организм эндорфинами, из-за чего вы автоматически чувствуете себя более счастливыми"* [27].

А.А. Константинова отмечает, что пословицы выстраивают схемы для организации, запоминания и осмысления информации в дискурсе и, тем самым, выступают элементами его структурной организации, концептуальными связками [15, с. 391].

Другой важной функцией китайских пословиц в российском дискурсе СМИ является функция эмоционально-экспрессивная.

Эмоция – внутренние душевные состояния, физиологические состояния организма, имеющие ярко выраженную субъективную окраску и охватывающие все виды чувствований и переживаний человека – от глубоко травмирующих страданий до высоких форм радости и социального жизнеощущения, эмоция рассматривается как реакция на ситуацию и событие, включая страх, удивление, радость, гнев, отвращение, горе и т.д. [10, с. 38–48].

Китайские пословицы в российских дискурсах нередко служат образным, выразительным и эмоциональным средством. В силу своих особенностей, китайские пословицы обладают широкими возможностями для эмоциональной окраски высказываний, оживляют тексты, ярко отражают позиции говорящего: *"Древняя китайская мудрость гласит: "Хочешь победить врага – воспитай его детей..." [21].* В данном примере выразительность достигается тем, что утверждаемая пословицей сентенция принципиально противоречит установленному в обществе порядку. С другой стороны, это противоречие вызывает эмоциональный отклик и превращает сказанное в движущую силу.

Другой фрагмент гласит: *"За прошлый год была предотвращена попытка 10 000 человек бежать из страны с помощью морских судов и двойного дна в грузовиках". При этом как-то забывается другое - за это же время 350 000 китайцам удалось перебраться за границу и осесть в 70 странах - в основном опять-таки в многострадальных Европе, России и США. Эти эмигранты уже не помнят знаменитую китайскую поговорку "Жить на чужбине - все равно что целовать дракона". А всего за последние двадцать лет из КНР выехали, по разным оценкам, от 5 до 25 (!) миллионов человек"* [12].

Экспрессия достигается путем приведения пословицы, основанной на традиционной китайской образности, хорошо известной как в современной России, так и во всем мире: дракон является частью китайской традиционной мифологии, символом Китая. Такая пословица усиливает аргументацию и подводит итог сказанному.

Оценочная функция также входит в состав важнейших функций китайских пословиц в российском дискурсе СМИ. Пословица нередко понимается как оценочное высказывание, оценочное суждение [2, с. 32]. Оценка выступает субъективным выражением значимости предметов и явлений окружающего мира [5, с. 163–167].

Так, например, следующие пословицы выражают взгляд говорящего на окружающие нас явления соперничества, мести: *"Мастер побеждает лишь потому, что ни с кем не соперничает"* [23] и *"Решил мстить - рой две могилы"* [19]. Пословицы рассматриваются как воздействие, оказываемое на слушателей или читателей оценочной коннотацией. В пословице *"Решил мстить - рой две могилы"* очевидна отрицательная оценка.

Напротив, другой пример воплощает позитивную позицию автора: *"...в Китае есть пословица "Первый, кто съест краба, -- герой". По-моему, я могу считать себя героем. Я съел очень большого краба!"* [28].

Употребление следующей пословицы также свидетельствует о позитивной оценке происходящего, указывает, что только непрерывные усилия могут принести успех обоим странам: *"Как гласит поговорка: "Упорный труд победу приносит". Надеюсь, что обе страны будут вместе упорно двигаться вперед и запустят корабль отношений в новое большое плавание на полных парусах"* [29].

Словосочетание "упорный труд" означает непрерывные усилия, а "победа" – достижения в той или иной сфере.

Нередко оценочная функция сочетается с регулятивной – функцией совета, уговора, убеждения. Убеждение в сущности является особым информационным процессом, состоящим в передаче соответствующих сведений [17], адресат способен узнать реальность и истинность данных сведений посредством жизненного опыта адресанта (автора). Автор выражает свое мнение о том, полезно или бесполезно действие, тем самым совершить совет или уговор для адресата, то есть для большинства читателей газетных СМИ.

Китайская пословица в российских дискурсах передает истину, имеет универсальную истинность [7, с. 1–11]. Функция убеждения воплощена в том, что пословицы выступают в качестве средства аргументации. Принято считать, что мысли в пословицах убедительны сами по себе, не требуют дополнительной аргументации, например: *"Высокое качество видят посетители универмагов США и Европы, а россияне довольствуются одеждой, обувью, игрушками и электротехникой, привозимыми челноками. Их качество только подтверждает китайскую пословицу: "Какова вещь, такова и цена"* [11]. Пословицы такие могут вызывать у читателей или слушателей ассоциации, которые существуют на подсознательном уровне людей. *"Путь в десять тысяч ли начинается с первого шага"* [14] является абсолютной истиной не только для китайцев, а также для русского народа.

В каждой конкретной ситуации пословица выполняет, как правило, не одну, а несколько функций, при этом одна из них становится более активной и доминирующей. Нередко эмоциональная функция сочетается с оценкой, отражающей субъективное отношение. Употребление китайских пословиц в российском дискурсе на материале газетных статей в рамках лингво-прагматического подхода является свидетельством межкультурного, межъязыкового взаимодействия в поликультурном пространстве. Китайские пословицы в российских дискурсах имеют следующие функции: функция привлечения внимания, эмоционально-экспрессивная функция, оценочная функция и регулятивная функция (совета, уговора, убеждения).

ЛИТЕРАТУРА

1. "Сколково" уже популярно в Шанхае [Электронный ресурс] URL: <https://iz.ru/news/366335> (дата обращения: 10.01.2018)
2. Абакумова О.Б. Пословица в дискурсе СМИ. Орловский государственный университет. 2012. С. 32–37.
3. Абакумова О.Б. Прагматические функции пословиц в тексте/дискурсе (на материале имитации бытового диалога в художественном фильме и художественном тексте) // Вестник новгородского государственного университета. 2014. № 77. С. 7–9.
4. Аргументы и факты [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.aif.ru/>
5. Беляева И.В. Прагматика интеллектуальной оценки // Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2008. № 4. С. 163–167.

6. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. Три лингвистические концепции: лексического фона, рече-поведенческих тактик и сапиентемы. М.: "Индрик", 2005. 1040 с.
7. Гавриленко О.В., Николаева О.В. Интеграция китайских паремий в российское коммуникативное пространство // Электронный журнал "Вестник МГОУ". 2013. №2. С. 1–11.
8. Древнейшая цивилизация [Электронный ресурс] URL: <http://www.aif.ru/archive/1697613> (дата обращения: 24.01.2018)
9. Известия [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://iz.ru/>
10. Ильин Е.П. Эмоции и чувства. СПб: Питер, 2001. 752 с.
11. Касьянов зовет китайцев в экономику третьих стран [Электронный ресурс] URL: <https://iz.ru/news/266052> (дата обращения: 10.01.2018)
12. Китай – наш "старший брат"? [Электронный ресурс] URL: <http://www.aif.ru/archive/1622502> (дата обращения: 25.01.2018)
13. Китай. Загадочный и удивительный Хэйхэ [Электронный ресурс] URL: <http://www.aif.ru/archive/1678191> (дата обращения: 10.01.2018)
14. Коммунисты, назад! [Электронный ресурс] URL: <https://iz.ru/news/271738> (дата обращения: 10.01.2018)
15. Константинова А.А. Когнитивно-дискурсивные функции англо-американских паремий в дискурсе актовых речей // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2011. С. 384–393.
16. Константинова А.А. Окациональная трансформация англо-американских паремий в свете когнитивно-дискурсивного подхода в лингвистике // Вестник Томского государственного университета. 2011. С. 24–28.
17. Кулькова М.А. Коммуникативные стратегии и тактики убеждения в пословичном дискурсе [Электронный ресурс] URL: http://kpfu.ru/staff_files/F2082455950/KulkovaMA_statya.pdf (Дата обращения: 24.01.2018)
18. Культурный уикенд: выбор "Известий" [Электронный ресурс] URL: <https://iz.ru/news/627604> (дата обращения: 09.01.2018)
19. Любовный дуэт Голливуда [Электронный ресурс] URL: <http://www.aif.ru/archive/1686466> (дата обращения: 11.01.2018)
20. Машина О.Ю. Функциональная роль пословиц в художественном тексте (на материале романа М.А. Шолохова "Тихий Дон") // Вестник новгородского государственного университета. 2014. №77. С. 185–187.
21. Миром правят молодые [Электронный ресурс] URL: <https://iz.ru/news/693599> (дата обращения: 09.01.2018)
22. Моисеева И.Ю., Чудина Е.В. Прагматические пословицы и поговорки // Вестник Оренбургского государственного университета. 2004. №11. С. 170–172.
23. На Восток – за темпераментом [Электронный ресурс] URL: <http://www.aif.ru/health/life/10797> (дата обращения: 10.01.2018)
24. Николаева О.В. Интер-когнитивные взаимодействия в межкультурной коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. №11, Ч-2. С. 132–136.
25. Николаева О.В., Чэнь Шумэй, Панина М.Е. Кросс-культурная паремиология: китайские пословицы и поговорки в англоязычных китайских СМИ // Сибирский филологический журнал. 2017. №3. С. 233 – 247.
26. Осторожно: у вас дочка! [Электронный ресурс] URL: <http://www.aif.ru/archive/1694934> (дата обращения: 10.01.2018)
27. Развить и укрепить силу воли. Советы психолога и философа [Электронный ресурс] URL: http://www.aif.ru/health/psychologic/razvit_i_ukrepit_silu_voli_sovety_psihologa_i_filosofa (дата обращения: 09.01.2018)
28. Режиссер Чен Кайге: "Я съел очень большого краба!" [Электронный ресурс] URL: <https://iz.ru/news/314899> (дата обращения: 24.01.2018)
29. Россия и Китай продолжили содержательный диалог [Электронный ресурс] URL: <https://iz.ru/640935/egor-sozaev-gurev/rossiia-i-kitai-podtverdili-kurs-na-soderzhatelnyi-dialog> (дата обращения: 11.01.2018)
30. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000. 146 с.
31. Тупенко Н.М. Пословицы и поговорки. Иркутское книжное издательство, 1959. 120 с.
32. 侯璞. 谚语的语篇功能. 南昌: 南昌大学硕士论文, 2012. 45 p. / Хоу Пу. Дискурсивные функции пословиц [Текст] / Хоу Пу. Наньчан: диссер. магистратуры наньчанского университета, 2012. 45 с.

© Люй Цзинвэй, (1185902473@qq.com), Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»,

