

УДК 81'373.45
DOI 10.17223/18137083/60/20

О. В. Николаева¹, **Чэнь Шумэй**², **М. Е. Панина**¹

¹ *Дальневосточный федеральный университет, Владивосток*

² *Университет Лудун, провинция Шаньдун, Китай*

Кросс-культурная паремиология: китайские пословицы и поговорки в англоязычных китайских СМИ

Паремиология в кросс-культурной парадигме открыла новый перспективный исследовательский ракурс благодаря заметному распространению пословиц и поговорок разных наций и этносов за пределами их родных языков и культур. В статье поставлены методологические вопросы статуса и тождества китайских паремий в англоязычном дискурсе, изучены проблемы межкультурной прагматики их употребления в англоязычных СМИ Китая. Выявлено, что цитируемые на английском языке пословицы и поговорки представляют эффективную стратегию коммуникации Китая с другими культурами. Определено, что по вопросам международных отношений прагматические интенции китайских СМИ реализуются посредством паремий, имплицитных как положительные ценностные концепты, так и антиценности, являющиеся частью стратегии предупреждения или разрешения конфликтов.

Ключевые слова: кросс-культурная паремиология, англоязычные китайские СМИ, межкультурная прагматика, китайская пословица, шуюй, чэньюй, яньюй, гэянь, гуаньюньюй, сехоуюй.

Введение

Современная паремиология развивается как система взаимосвязанных социально-гуманитарных парадигм, демонстрирующих, с одной стороны, разнообра-

Николаева Ольга Васильевна – доктор филологических наук, профессор кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Дальневосточного федерального университета (ул. Суханова, 8, Владивосток, 690950, Россия; onikolaeva2009@yandex.ru)

Чэнь Шумэй – доктор гуманитарных наук, профессор Гуманитарного института Лудунского университета провинции Шаньдун (Хунци чжунлу, 186, Яньтай, Шаньдун, 250100, China; chen.sh@dvfu.ru)

Панина Мария Евгеньевна – ассистент кафедры китаеведения Дальневосточного федерального университета (ул. Суханова, 8, Владивосток, 690950, Россия; masianyuka@mail.ru)

ISSN 1813-7083. Сибирский филологический журнал. 2017. № 3
© О. В. Николаева, Чэнь Шумэй, М. Е. Панина, 2017

зие подходов и методов изучения паремий, а с другой – общий методологический фундамент, позволяющий выполнять междисциплинарные исследования. Современные задачи изучения паремий ставятся как проблемно-ориентированные, т. е. сфокусированные не на одном конкретном подходе, а на проблеме, требующей интеграции сразу нескольких областей знания. В таком ключе, например, выполнены исследования пословиц, цитируемых известными политиками и государственными деятелями [Mieder, 1997; 2005; 2010; Dabaghi et al., 2010]. Социальные аспекты функционирования пословиц также стали предметом междисциплинарного изучения [Rahiminezhad et al., 2013]. Сочетание когнитивного и культурологического подходов привлекается для исследования картины мира, национальных и этнических ценностей, отраженных в пословицах и поговорках [Mieder, 2004; Ma, 2011; Wen, 2012]. Междисциплинарность современной паремиологии в немалой степени связана с развитием коммуникативно-прагматической парадигмы в языкознании, сместившей исследовательский фокус в сторону речевой деятельности и проблем коммуникации. В рамках паремиологии это способствовало изучению функциональных и прагматических аспектов используемых в речи пословиц и поговорок, анализу сфер их употребления и связанных с этим лингвистических, когнитивных, социальных, культурных и других особенностей паремий.

Функциональная паремиология в кросс-культурной и межкультурной парадигме предложила новый перспективный исследовательский ракурс, возникновение которого обусловлено явлением заметного распространения пословиц и поговорок разных наций и этносов за пределами их родных языков и культур. Мировые языки как языки межнационального и межкультурного общения в наибольшей степени абсорбируют этнические пословицы и поговорки, примером чего служит глобальная коммуникация на английском языке. Множество таких паремий используется окказионально, другие входят в узус основных вариантов английского языка или его разновидностей.

Масс-медийный дискурс является регулярным источником появления иноязычных и инокультурных пословиц и поговорок в коммуникации на английском языке. Например, англоязычные китайские СМИ изобилуют национальными китайскими поговорками и пословицами, представленными как их английские эквиваленты, близкие англоязычные соответствия, перевод, передача смысла или описание стоящей за паремией фабулы [Nikolaeva, Yakovleva, 2015].

Мы исходим из положения о том, что англоязычные китайские СМИ являются формой межкультурной и межнациональной коммуникации Китая с остальным миром, а используемые в таких СМИ пословицы и поговорки могут представлять эффективную стратегию взаимодействия с другими культурами, имплицитно и аллегорично предлагая определенную точку зрения на освещаемое событие. Прагматика цитирования паремий предполагает изучение интенций адресанта и прогнозируемой реакции адресата, соответственно относительно употребления паремий в китайских англоязычных СМИ интересно рассмотреть, как и для каких целей Китай использует национальные пословицы и поговорки в общении с остальным миром на английском языке и какова может быть реакция со стороны англоязычной аудитории. Именно эти вопросы и составляют проблемное поле настоящего исследования, они же имеют непреходящее значение для эффективного межкультурного общения.

Древняя китайская цивилизация обладает целой сокровищницей пословиц и поговорок, способных лаконично и образно охарактеризовать практически любую жизненную ситуацию. Проведенное исследование показало, что заключенная в китайских паремиях мудрость предшествующих поколений востребована не в меньшей степени в современной жизни как для межличностного, так и для межнационального общения. Пословицы и поговорки в англоязычных китай-

ских СМИ активно употребляются для характеристики международных событий и межнациональных связей КНР. Мы предполагаем, что в сфере международных отношений китайские пословицы и поговорки в англоязычных китайских СМИ могут рассматриваться как кросс-культурные прагматические послылы, подтверждающие, во-первых, общенародную поддержку выражаемой позиции, а во-вторых, указывающие на традиционность политического курса в отношении международных событий.

Материал и объект исследования

В ходе исследования были отобраны и проанализированы 62 китайские пословицы и поговорки, встреченные более чем в 400 фрагментах англоязычных китайских СМИ (2011–2015): «The Xinhua», «The China Daily», «The Global Times», «The People's Daily». Отбор китайских паремий из англоязычных китайских СМИ ограничивался тематически, все отобранные для анализа пословицы и поговорки использовались в отношении международных событий и межнациональных связей КНР. Верификация китайских пословиц и поговорок проводилась на основе лексикографических источников на английском, русском и китайском языках: Большого словаря чэньюй (成语大词典, 1985); Словаря китайских идиом (гуаньюньюй) (中国惯用语大全, 2004); Словаря китайских пословиц (яньюй) (汉语谚语词典, 1981); Словаря китайских поговорок (суюй) (中国俗语大辞典, 1986); Китайско-русского фразеологического словаря (成语词典, 2007); Словаря древних изречений (古代格言辞典, 1988); Словаря известных изречений (名句用法辞典, 1989); Энциклопедии древних литературных цитат (古书典故词典, 1984); Словаря чэньюй и шуюй (成语熟语词典, 1992); ABC Dictionary of Chinese Proverbs (Yanyu) (Rohsenow, 2003).

Следует подчеркнуть, что в англоязычных СМИ понятие *Chinese proverb (saying)* ‘китайская пословица (поговорка)’ в прагматических целях доступности и понятности используется в отношении целого ряда различных типов паремиологических единиц: shuyu (шуюй)¹, chéngyǔ (чэньюй)², guānyòngyǔ (гуаньюньюй)³, gèyǎn (гэянь)⁴, súyǔ (суюй)⁵ и yànyǔ (яньюй)⁶. В настоящем исследовании мы также используем понятие «китайская пословица (поговорка)» как обобщающее, а для установления конкретного типа при необходимости прибегаем к конкретному термину.

Для решения более общих методологических вопросов статуса и тождества этнических паремий в иноязычном и инокультурном дискурсе были привлечены

¹ Наиболее общее название, идиома или фразеологизм: устоявшееся словосочетание или фраза, при использовании которой невозможно свободное изменение ее структуры; включает в себя чэньюй, яньюй, гэянь, гуаньюньюй, сехоуюй (辞海, 2009).

² Один из видов шуюй; устойчивое словосочетание, чаще – из четырех иероглифов, в котором за фабулой стоит мораль (成语熟语词典, 1992).

³ Один из видов шуюй; устойчивое словосочетание с использованием целостной семантемы; смысл гуаньюньюй не сводится к смыслу отдельных его элементов, а представляет собой образное выражение с переносным смыслом, чаще с сильной разговорной окраской.

⁴ Один из видов шуюй; лаконичные выражения, составленные по определенным требованиям, цитаты, афоризмы, максимы.

⁵ Общеизвестные словосочетания или фразы с диалектной окраской; включают в себя яньюй, лиюй (просторечия), гуаньюньюй и часто используемые в разговорной речи чэньюй (Jiao, Stone, 2014, p. VIII).

⁶ Один из видов шуюй, распространенное в народе лаконичное и общедоступное словосочетание или фраза с богатым смыслом; в основном отражает бытовой и военный опыт народа (Rohsenow, 2003).

также содержащие китайские паремии фрагменты американских СМИ («The Washington Post»).

Методологическая проблема статуса и тождества этнических паремий в иноязычном и инокультурном дискурсе

Изучение китайских пословиц и поговорок в англоязычных китайских СМИ поставило перед нами важную методологическую проблему статуса и тождества этнических паремий в иноязычном и инокультурном дискурсе. Так, например, можем ли мы считать китайской паремией выражение, заявленное в англоязычном дискурсе как китайская пословица или поговорка, а представленное как ее английский эквивалент или близкое англоязычное соответствие. С другой стороны, можем ли мы считать пословицей или поговоркой перевод, передачу смысла или описание фабулы?

Проиллюстрируем проблему конкретным примером из американской ежедневной газеты «The Washington Post», где автор статьи ссылается на китайскую поговорку: *Muddy Waters, a U.S. short-seller fund and equity research firm... was named after the Chinese proverb «muddy waters make it easy to catch fish,» which suggests that nontransparent markets allow for opportunistic behaviors*⁷.

Автор, вероятно, имеет в виду китайскую поговорку 混水摸鱼 ‘ловить рыбку в мутной воде’, однако сходное выражение существует в латыни: *Turbato melius capiuntur flumine pisces*, а также и в других языках. Что конкретно доказывает, что в данном фрагменте функционирует именно китайская паремия, кроме утверждения самого автора?

Данный вопрос имеет непосредственное отношение к полемике между этнографами и когнитивистами. Этнографы считают, что изучать этнические пословицы и поговорки следует только в аутентичном культурном контексте этого этноса [Bradbury, 2002, p. 272]. В аутентичном культурном контексте, в строгом смысле, значит, и в аутентичном языковом. Однако аутентичный культурный контекст сегодня, зачастую намеренно, с целью продвижения и популяризации этнической культуры, может передаваться и на другом языке, например на языке-посреднике или одном из мировых языков.

С другой стороны, широкое межкультурное взаимодействие ведет к осведомленности о культурном наследии других стран и народов и взаимопроникновению инокультурных феноменов. Объективная картина такова, что, например, в англоязычном массмедийном и социомедийном дискурсе инокультурные пословицы и поговорки являются широко распространенным явлением. Насколько же правомерно говорить о тождестве аутентичной этнической пословицы или поговорки в иноязычном и инокультурном контексте и сохраняется ли в нем вообще ее паремиологический статус?

В отличие от этнографов когнитивисты рассматривают пословицы / поговорки в первую очередь как ментальную сущность, во главу угла ставя концептуальную базу пословицы / поговорки (conceptual base), понимаемую как немодальную, невербальную и лишённую образности структуру: «a modality-free, nonimagistic, nonverbal structure» [Honeck, 1997, p. 134]. Поэтому использование пословиц и поговорок, с точки зрения когнитивистов, включает когнитивную процедуру поиска соответствий именно на концептуальном уровне: «Proverb usage is a good example of pattern matching on a conceptual level» [Ibid., p. 131]. При такой поста-

⁷ Matos P., Hrnjic E., Murky L. Past of China's-focus media provides lesson // Washington Post. 2015.16.07. URL: http://www.washingtonpost.com/business/murky-past-of-chinas-focus-media-provides-lesson/2015/07/16/d4265716-29a0-11e5-a5ea-cf74396e59ec_story.html (дата обращения 20.01.2016).

новке вопроса образный компонент пословиц и поговорок, а также их аутентичная языковая форма отправляются на второй план. Концептуальная база, согласно экспериментам Хонека, имеет холистический характер и оказывает влияние на общий контекст использования и восприятия паремий [Honeck, 1997, p. 135]. Такой взгляд значительно расширяет сферу исследовательских интересов паремиологии, а инокультурные паремии, переданные на другом языке при помощи разнообразных средств и в ином культурном контексте, могут претендовать на статус пословицы или поговорки.

Мы же полагаем, соглашаясь с Н. Бредбери, что исследования в области межкультурной функциональной паремиологии должны опираться на интегрированный подход – когнитивный, культурологический и лингвопрагматический [Bradbury, 2002, p. 262]. Мы считаем, что такое сочетание необходимо для определения четких критериев инокультурных паремий. Так, при отсутствии прямого цитирования паремии на китайском языке статус китайской пословицы или поговорки в англоязычном дискурсе мы устанавливали на основании наличия как минимум трех из следующих факторов:

1. Сохранение аутентичного стержневого смысла (kernel message, по Хонеку [Honeck, 1997]).
2. Соответствие аутентичной китайской образности.
3. Сходный с китайским прототипом макрофрейм аллегорической или неаллегорической ситуации.
4. Прямое указание отправителя сообщения на китайское происхождение паремии.

Все это влечет скрупулезное взвешивание многих альтернатив при идентификации использованной в англоязычном дискурсе китайской пословицы или поговорки.

Так, например, в статье из газеты «The Global Times» выражение *Taking the same boat through rain and wind* заявлено как китайская паремия⁸. Рассмотрим, насколько статус этого выражения на английском языке соответствует статусу китайской поговорки.

На основании нескольких вышеназванных критериев и используя принимаемый нами интегрированный подход (сочетание когнитивного, культурологического и лингвопрагматического), мы пришли к выводу, что данное выражение может быть идентифицировано как вариация китайской чэньюй 吴越同舟 ‘Wu and Yue in the same boat’. Прежде всего, определено соответствие аутентичному стержневому смыслу: объединение усилий для преодоления трудностей. В статье идет речь об экономическом кризисе и совместных усилиях по его преодолению.

Далее, выявлено минимальное соответствие образности данного выражения аутентичной китайской образности, которое более точно можно обозначить как непротиворечие. Из основных образов – (1) образа одной лодки и (2) образов воинов враждующих государств Wu и Yue – наблюдается присутствие только первого. Однако это, вероятно, отвечает прагматическим требованиям: 1) доступности и понятности образов англоязычной аудитории и 2) нежелательной аллюзии на соперничество.

Следующий критерий – сходство с китайским прототипическим макрофреймом аллегорической ситуации – в целом, именно как макрофрейм, соблюдается: единая для всех лодка, проходящая сквозь шторм и дающая спасение. Сопоставим это с описанием фавулы, стоящей за китайской паремией: *A proverb alludes to an episode in ancient China in which combatants from the warring states of Wu*

⁸ Language, cultural exchange warm up China-US strategic, economic dialogue. The Global Times. 2009.28.07. URL: <http://www.globaltimes.cn/content/451813.shtml> (дата обращения 03.12.2011).

*and Yue found themselves in the same boat on a river in a storm. Despite their hatred for each other, they agreed to lay down their weapons for common passage*⁹.

Еще раз подчеркнем, что китайские паремии, используемые в китайских англоязычных СМИ, должны отвечать требованию доступности и понятности англоязычной аудитории. Кроме того, использование таких паремий сопряжено с межкультурной прагматикой их восприятия, прогнозированием реакции, только в этом случае они способствуют эффективности кросс-культурного взаимодействия Китая с остальным миром. Возможно, по этим причинам образы государств Wu и Yue редуцированы, а акцент в англоязычной версии сместился в сторону образов единой для всех лодки и шторма (*through rain and wind*) и необходимости его совместного преодоления, чем имплицитно описывается ситуация экономического кризиса.

Китайские паремии в англоязычных китайских СМИ как стратегии кросс-культурной коммуникации

Исследование показало, что китайские СМИ на английском языке регулярно прибегают к использованию китайских пословиц и поговорок в освещении международных событий. Так, китайские паремии были выявлены в дискурсах об отношениях КНР со странами Ближнего Востока, Европы, Латинской Америки, Карибского Бассейна, Россией, многими международными организациями (ВТО, ЕС, ООН, Ассоциацией государств юго-восточной Азии и др.). Паремии использовались в освещении СМИ широкого спектра двусторонних контактов: китайско-американских, китайско-японских, китайско-азиатских и др., при этом китайско-японская тематика показала самую высокую частотность и разнообразие употребляемых китайских паремий, вторыми по частотности оказались материалы, посвященные китайско-американским отношениям. Не преследуя цели рассмотреть какую-то отдельную категорию, как это было сделано в работе О. В. Николаевой и Е. А. Яковлевой относительно китайско-японских контактов [Nikolaeva, Yakovleva, 2015], мы выполним в целом анализ кросс-культурной прагматики китайских паремий в китайских СМИ на английском языке.

Исследование показало, что в зависимости от международного события и отношения к нему со стороны КНР прагматические интенции Китая актуализировались посредством пословиц и поговорок, имплицитно описывающих как положительные ценностные концепты, так и «отрицательные», так называемые антиценности. Паремии, объективирующие положительные ценности, непосредственно указывали на позицию Китая по глобальным и двусторонним вопросам. Антиценности предназначены для роли концептов-посредников, которые, предсказывая отрицательные последствия, способствовали бы урегулированию конфликтной ситуации. Рассмотрим каждую группу паремий более подробно.

Из общего количества рассмотренных употреблений китайских пословиц и поговорок в англоязычных китайских СМИ по вопросам международных отношений 87 % фрагментов дискурса актуализировали положительные ценностные концепты: дружба, добрососедские отношения и семейные ценности, гармония и партнерство, мир и безопасность, единство, скромность и терпение, успех и процветание. Так, в приведенном ниже фрагменте использованы две китайские паремии в отношении китайско-евразийского экономического сотрудничества: *Chinese Vice President Li Yuanchao on Monday delivered a speech at the third China-Eurasia Economic Development and Cooperation... «Harmony holds the key to success.» Over the years, Eurasian countries have been committed to fostering a stable and*

⁹ Cai H. Japan, China can share the same boat // The China Daily. 21.10.2014. URL: http://africa.chinadaily.com.cn/opinion/2014-10/21/content_18774650_2.htm (дата обращения 10.01.2015).

*secure environment for development... China is committed to common development through mutually beneficial cooperation. The Chinese people often say that, «A good friend is an invaluable asset»*¹⁰.

Синцзянская яньюй 事成于睦 ‘Harmony holds the key to success’ и яньюй 朋友好, 无价宝 ‘A good friend is an invaluable asset’, как и многие другие паремии данной группы, апеллируют к универсальным общечеловеческим ценностям.

Отражающие положительные ценности китайские паремии основаны на таких образах субъекта действия, которые ментально ассоциируются с добрыми и уважительными отношениями: *neighbor, friend, family (member), brother, a wise man, great souls*. Примером тому может послужить яньюй 亲望亲好, 邻望邻好 ‘Neighbors wish each other well, just like family members do’, использованная главой КНР Си Цзиньпином в отношении китайско-азиатской концепции безопасности: *He meanwhile vowed China’s firm commitment to the path of peaceful development and the win-win strategy of opening up, and expressed China’s willingness to develop friendly ties and cooperation with other countries on the basis of the Five Principles of Peaceful Co-existence... Quoting a Chinese proverb, Xi said, «Neighbors wish each other well, just like family members do»*¹¹.

Паремии, актуализирующие положительные ценности, демонстрируют действия, вызывающие позитивные эмоции (*wish well, get rich, prosper, foster, gain, not to be traded for gold, etc.*) и комплементарные характеристики как субъекта действия, так и самого действия (*precious, peaceful, near, invaluable, powerful, paramount, important, true, better, etc.*).

Макрофреймы паремий данной группы могут быть как аллегорическими, так и неаллегорическими, но в обоих случаях доступными для адекватного восприятия англоязычной аудиторией. В следующем фрагменте, освещающем вопросы китайской позиции по экономическим отношениям между Грецией и Европой, использована яньюй 家和万事兴, посредством чего Европа аллегорически представлена как семья (*a family*), которую Китай хочет видеть единой, мирной и процветающей (*united, peaceful and prosperous*): *There is an ancient Chinese proverb saying «a peaceful family will prosper.» Chinese Premier Li Keqiang said to EU leaders that China would like to see Greece stay in the eurozone and would be willing to play a constructive role in efforts toward that end*¹².

Аллегорический макрофрейм «семья» актуализирован китайскими паремиями 打断骨头连着筋 и 血浓于水 в комментариях по вопросам отношений между материковым Китаем и Тайванем: *Compatriots across the Straits are «brothers who are still connected by our flesh even if their bones are broken» as a Chinese saying goes. They are a family, because blood is thicker than water*¹³.

Комбинация аллегорического и неаллегорического макро-фреймов представлена в речи вице-президента КНР Ли Юаньчао об отношениях Китая и Юго-Восточной Азии: *...in China, proverbs such as «peace is most precious» and «beat*

¹⁰ Li Y. Promote common development through greater openness and cooperation: Speech at the Third China-Eurasia economic development and cooperation forum. Urumqi. 2 September. 2013 // Xinhuanet.com. 03.09.2013. URL: http://news.xinhuanet.com/english/china/2013-09/03/c_132688515.htm (дата обращения 25.05.2014).

¹¹ China champions new Asian security concept: Xi // The Peoples’ Daily. 21.05.2014. URL: <http://en.people.cn/n/2014/0521/c90883-8730684.html> (дата обращения 02.09.2014).

¹² Vital Greek solution can only be found through European compromise: commentary of the Xinhua News Agency // The Global Times. 09.07.2015. URL: <http://www.globaltimes.cn/content/931304.shtml> (дата обращения 20.01.2016).

¹³ Cartoon commentary Xi-Ma meeting: New chapter in history of cross-strait relations // The China Daily. 11.08.2015. URL: http://www.chinadaily.com.cn/china/2015-11/08/content_22402508.htm (дата обращения 12.08.2015).

*swords into ploughshares» reflect the philosophy of peace cherished by the Chinese nation*¹⁴.

Обе паремии, неаллегорический афоризм гэянь, приписываемый Конфуцию [以] 和为贵 ‘harmony is most precious’, и аллегорическая чэньюй 铸剑为犁 ‘beat swords into ploughshares’ передают идею о важности гармонии и мира в регионе.

Аллегорический макрофрейм паремии нередко развивается в развернутую последовательность сцен, образуя целый сценарий, как, например, в речи Председателя КНР Си Цзиньпина, обращенной к Индонезийскому парламенту: ...*as a Chinese saying goes, «A big tree grows from a small seedling; and a nine-storeyed tower is built out of soil.» To ensure that the tree of China-ASEAN friendship remains evergreen, the soil of social support for our relations should be compacted*¹⁵.

Китайские паремии актуализируют аллегорические сцены: дерева, растущего из маленького семени, и высокой башни, построенной на почве (合抱之木, 生于毫末; 九层之台, 起于垒土). Призванные передать идею укрепления дружественных отношений Китая и стран Юго-Восточной Азии, эти сцены получили развитие. Так, дерево [дружбы], выросшее из маленького семени, → должно оставаться всегда зеленым (a big tree grows from a small seedling → *the tree [of China-ASEAN friendship] should remain evergreen*).

Высокая башня построена на земле (почве) → а почву [всеобщей поддержки и одобрения] нужно укреплять (a nine-storeyed tower built out of the soil → *the soil [of social support for our relations] should be compacted*).

Китайские паремии, имплицитные положительные ценности, более частотны, но менее разнообразны по сравнению с паремиями, актуализирующими антиценности. Привычные пословицы и поговорки (23 паремии из 62 – 37 % в исследованном материале) с небольшими вариациями регулярно приводятся в комментариях и статьях об отношениях Китая с другими странами. Такие паремии с точки зрения кросс-культурной прагматики полифункциональны, и в китайских англоязычных СМИ они служат средством выражения национальной и культурной идентичности, выполняют фатическую и эмоционально-экспрессивную функции, а благодаря запечатленной в них мудрости древней китайской цивилизации, им свойственна и регулятивная функция.

Другие примеры китайских паремий, актуализирующих позитивные ценностные концепты, приведены в табл. 1.

Сложность международной ситуации в разных регионах мира накладывает на пословицы и поговорки и функцию управления конфликтными событиями посредством актуализации в них концептов – антиценностей. Фрагменты массмедийного дискурса с такими паремиями составили 13 % от общего количества изученных примеров.

Используемые в англоязычных китайских СМИ китайские паремии, объективирующие антиценности, являются частью стратегии разрешения конфликтов или управления конфликтами и могут рассматриваться с точки зрения кросс-культурной прагматики как предупреждение, предостережение или совет. В следующем фрагменте, содержащем гэянь 千里之堤, 溃于蚁穴 ‘an ant hole causing the collapse of a great dike’ со значением предостережения ‘huge damage from a moment's negligence’, актуализирован концепт-антиценность «хрупкость мира, угроза войны»:

¹⁴ Li Yuanchao's speech at the commemoration of the International day of peace 2013 & China-South Asia peace and development forum // Xinhuanet.com. 21.09.2013. URL: http://news.xinhuanet.com/english/china/2013-09/21/c_132738196.htm (дата обращения 25.05.2014).

¹⁵ Speech by Chinese president Xi Jinping to Indonesian parliament (2 October 2013, Jakarta, Indonesia) // ASEAN-China Centre. 02.10.2013. 15:48. URL: http://www.asean-china-center.org/english/2013-10/03/c_133062675.htm (дата обращения 20.01.2016).

Таблица 1

Положительные ценностные концепты,
актуализированные китайскими паремиями в англоязычных китайских СМИ
Positive values actualized by Chinese proverbs
and sayings in Chinese media in English

Ценностный концепт	Примеры употребления китайской паремии на английском языке	Китайский прототип	Тип китайской паремии
Дружба; добрососедские отношения; семейные ценности	A good neighbor is not to be traded for gold	好邻居金不换	Суюй
	A friend in need is a friend indeed	患难见朋友	Чэньюй
Гармония; партнерство	Seek harmony without uniformity	和而不同	Гэянь
Мир; безопасность	Peace is of paramount importance	天下太平	Чэньюй
Единство	Unity is Strength	众志成城	Чэньюй
	If two people unite as one, their strength is powerful enough to cut metal	二人同心, 其利断金	Гэянь
Терпение; скромность	One loses by pride and gains by modesty	满招损, 谦受益	Гэянь
Успех; процветание	Bring prosperity to the nation and bring the security to the people	国泰民安	Чэньюй

*An injured person is evacuated to Rambam hospital in the northern city of Haifa, Israel, May 31, 2010. Clash happened on Monday morning between an international Gaza aid flotilla and Israeli navy, causing at least 19 casualties, Israeli military confirmed. <...> History, especially that of the Middle East, has repeatedly proved one ancient Chinese proverb: **one ant-hole may cause the collapse of a thousand-kilometer-long dike***¹⁶.

Исследование показало, что китайские паремии, актуализирующие антиценности, отличаются большим разнообразием (39 паремий из общего числа 62, что составляет 63 %), но они гораздо менее частотны, чем паремии с положительными ценностными концептами. Таким образом, между частотностью и разнообразием паремий двух выделенных групп наблюдается обратная пропорциональность, показанная в табл. 2.

¹⁶ Deng Y. A wrong hit at a wrong beat // Xinhuanet.com. 02.06.2010. URL: http://news.xinhuanet.com/english2010/indepth/2010-06/02/c_13329462.htm (дата обращения 05.01.2013).

Таблица 2

Соотношение частотности и разнообразия паремий по группам
«положительные ценности» и «антиценности»
Frequency and variety ratio between proverbial groups actualizing
«Positive values» and «Anti-values»

Группа паремий	Количество разных паремий от общего числа, %	Количество употреблений паремий в контекстах от общего числа контекстов, %
Паремии, актуализирующие положительные ценности	37	87
Паремии, актуализирующие антиценности	63	13

Большее разнообразие паремий, сопряженных с антиценностями, возможно, объясняется многими и разными причинами международных конфликтных ситуаций, каждая из которых конкретна и единична в своем роде.

Образность таких паремий не сводится к определенным типам. Вместо заметной универсальности образов, как в группе паремий с положительными ценностями, в этих пословицах и поговорках наблюдается разнородность прототипных ситуаций, которые гораздо чаще аллегоричны и культурно-специфичны. Проиллюстрируем это положение на примере статьи о китайско-американских отношениях «China and the U. S.: Who threatens whom after all?» из газеты «The People's Daily»: *At present, US aircraft carriers are plying far and wide across the world, including those swaying at China's main «entrance gate» but the growth of the Chinese nation's corresponding defense power has been treated with an overbearing logic of «letting state officials set fire only while not allowing common people to light a single lamp.» as another popular Chinese proverb goes*¹⁷.

Отношение Китая к глобальному доминированию США аллегорично представлено посредством суюй 只许州官放火, 不许百姓点灯 'only officials are allowed to light the fire, and common people are not'. Данный пример показывает, что глобальное доминирование расценивается как антиценность. Паремическая аналогия служит показателем осведомленности отправителя сообщения о неадекватности ситуации и намерении предостеречь. Образность аллегорического макрофрейма паремии уникальна для китайской культуры, так как поговорка восходит к историческому эпизоду времен правления династии Сун.

Следующий пример, в котором актуализирован концепт-антиценность «соперничество», относится к проблемам китайско-японских отношений: *An old Chinese proverb goes that no two rival tigers can exist in the same mountain. However, China's rapid growth in economic, political and military terms has made it such a tiger. This tiger will have to co-exist with an existing tiger for quite a long time to come. Japan will have to accept this reality and learn to co-exist in a peaceful manner with China*¹⁸.

Культурно-специфичные образы двух сильных тигров ассоциируются с двумя могущественными государствами Китая и Японии. Макрофрейм аллегорической

¹⁷ China and the U.S.: Who threatens whom after all? // The People's Daily. 21.02.2011. URL: <http://english.people.com.cn/90001/90780/91343/7294701.html> (дата обращения 13.02.2013).

¹⁸ Chen P. Tensions with Japan unlikely to ease further // The Global Times. 04.05.2015. URL: <http://www.globaltimes.cn/content/920056.shtml> (дата обращения 20.01.2016).

ситуации, выраженный суюй 一山不容二虎, развивается за рамками самой поговорки и выливается в сцену необходимости сосуществования двух тигров на одной горе. Паремия служит предостережением и является частью стратегии предотвращения конфликтных ситуаций.

Исследование показало, что паремии, актуализирующие антиценности, имеют, как правило, дихотомическую структуру, основанную на противопоставлениях, и в этом состоит еще одно их отличие от группы пословиц и поговорок, реализующих положительные ценности. В большинстве случаев такие противопоставления, будучи универсальными, не затрудняют восприятие, например: с одной стороны, устроить пожар (*set fire*), а с другой – не давать зажечь и одной лампы (*not allow to light a single lamp*); или: верхушки деревьев спокойны (*tree craves calm*) – но ветер не стихает (*the wind will not subside*). Такая дихотомия имеет когнитивную природу и актуализируется когнитивным противоречием, например: *big war-like state – perish* или *two rival tigers – in the same mountain*.

В ряде случаев дихотомия основана на культурно-специфической причинно-следственной зависимости, которая нуждается в специальном пояснении: *lack patience – not get the hot tofu, lose an axe – blame the neighbor*. Дихотомические структуры таких паремий, эксплицируя негативные и нежелательные последствия в форме противопоставлений, выполняют функцию управления конфликтогенными ситуациями.

Другие примеры паремий, актуализирующих антиценности, приведены в табл. 3.

Таблица 3

Концепты-антиценности, актуализированные китайскими паремиями
в англоязычных китайских СМИ
Anti-values actualized by Chinese proverbs and sayings in Chinese media in English

Концепты-антиценности	Примеры употребления китайской паремии на английском языке	Китайский прототип	Тип китайской паремии
Соперничество	No two rival tigers can exist in the same mountain	一山不容二虎	Суюй
Доминирование	Letting state officials set fire only while not allowing common people to light a single lamp	只许州官放火, 不许百姓点灯	Суюй
Хрупкость мира, угроза, война	An ant hole causing the collapse of a great dike	千里之堤, 溃于蚁穴	Гэянь
	The war-like state, however big it may be, will eventually perish	国虽大, 好战必亡	Гэянь
Раскол в отношениях	While the tree craves calm, the wind will not subside	树欲静而风不止	Гэянь
Искажение событий	Lose an axe, and blame the neighbor	失斧疑邻	Чэньюй
Нетерпение	Those who lack patience will not get the hot tofu	心急吃不了热豆腐	Суюй

Китайские поговорки являются эффективным средством межкультурной прагматики, поскольку с китайской культурой во всем мире ассоциируется особая мудрость и многовековой опыт древней цивилизации. Анализ контекстов, в которых были использованы китайские пословицы и поговорки, показал, что все случаи употребления китайских поговорок в англоязычных китайских СМИ по вопросам международных отношений направлены на реализацию стратегии взаимовыгодного сотрудничества и бесконфликтного сосуществования Китая с другими странами. Для достижения прагматических целей в китайских СМИ соблюдается принцип доступности поговорок для восприятия иноязычной и инокультурной аудиторией. Англоязычная среда таких СМИ демонстрирует соприкосновение высококонтекстной культуры Китая с низкоконтекстной культурой Запада, в результате чего осуществляется прагматический выбор в пользу формы представления китайской поговорки: англоязычный эквивалент, близкое соответствие, описание факта, дословный перевод поговорки и др.

Список литературы

- Bradbury N.* Transforming experience into tradition: Two theories of proverb use and Chaucer's practice // *Oral Tradition*. 2002. № 17/2. P. 261–289.
- Dabaghi A., Pishbin E., Niknasab L.* Proverbs from the viewpoint of translation // *Journal of Language Teaching and Research*. 2010. № 1 (6). P. 807–814.
- Honeck R. P.* A Proverb in Mind: The Cognitive Science of Proverbial Wit and Wisdom. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1997. 320 p.
- Ma L.* The Word and the World: Exploring World Views of Monolingual and Bilingual Chinese Through the Use of Proverbs: Diss. Coral Gables, Florida, 2011. URL: http://scholarlyrepository.miami.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1561&context=oa_dissertations (дата обращения 15.12.2015).
- Mieder W.* The Politics of Proverbs: From Traditional Wisdom to Proverbial Stereotypes. Univ of Wisconsin Press, 1997. 272 p.
- Mieder W.* Proverbs: A Handbook. Greenwood Folklore Handbooks. Greenwood Press, 2004. 304 p.
- Mieder W.* Proverbs are the Best Policy: Folk Wisdom and American Politics. Logan, Utah: Utah State Univ. Press, 2005. 339 p.
- Mieder W.* The golden rule as a political imperative for the world president Barack Obama's proverbial messages abroad // *Millî Folklor*. 2010. Vol. 85. P. 26–35. URL: <http://www.millifolklor.com/PdfViewer.aspx?Sayi=85&Sayfa=23> (дата обращения 20.01.2015).
- Nikolaeva O. V., Yakovleva E. A.* The pragmatics of Chinese proverb quoting in the English and the Russian-language mass media of PRC // *Asian Social Science*. 2015. № 11 (15). P. 211–220.
- Rahiminezhad V., Yeganeh M., Toorani H.* A Comparison study of general proverbs used by Iranian women and men // *Asian Women from Different Perspectives: A collection of art.* / Ed. by Z. Arzjani, V. Rahiminezhad, Kh. Salehi. Bloomfield: Author House, 2013. P. 19–59.
- Wen Zh.* An analysis of social proverbs from the perspective of cultural semiotics // *Theory and Practice in Language Studies*. 2012. № 2 (10). P. 2073–2080.

Список словарей

- 成语词典, 2007 – Китайско-русский фразеологический словарь / Под ред. О. М. Готлиб, Му Хуаин. Восток-Запад, 2007.
- 成语大词典, 1985 – Большой словарь чэньюй. Чжэнчжоу: Хэнань женьминь, 1985.

- 中国惯用语大全, 2004 – Словарь китайских идиом (гуаньюньюй) / Под ред. Вэнь Дуаньчжэна. Шанхай: Цышу, 2004.
- 中国俗语大辞典, 1986 – Словарь китайских поговорок (суюй) / Под ред. Вэнь Дуаньчжэна. Шанхай: Цышу, 1986.
- 汉语谚语词典, 1981 – Словарь китайских пословиц (яньюй). Нанкин: Цзянсу жэньминь, 1981.
- 古代格言辞典, 1988 – Словарь древних изречений (гэянь) / Под ред. Хэ Чанфэна. Гуйян: Гуйчжоу жэньминь, 1988.
- 名句用法辞典, 1989 – Словарь известных изречений / Под ред. Чжоу Хуньяня. Шанхай: Цышу, 1989.
- 古书典故词典, 1984 – Энциклопедия древних литературных цитат / Под ред. Чжао Цзысюня. Наньчан: Цзянси жэньминь, 1984.
- 成语熟语词典, 1992 – Словарь чэньюй и шуюй / Под ред. Лю Ецю. Тайбэй: Шанью, 1992.
- 辞海, 2009 – Словарь «Цыхай» / Под ред. Ся Чжэннуна, Чэнь Чжили. Шанхай: Цышу, 2009.
- Jiao L., Stone B. 500 Common Chinese Proverbs and Colloquial Expressions: An Annotated Frequency Dictionary. Routledge, 2014.*
- Rohsenow J. ABC dictionary of Chinese proverbs (Yanyu). Univ. of Hawaii Press, 2003.*

O. V. Nikolaeva¹, Chen Shumei (陈淑梅)², M. E. Panina³

¹ *Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russian Federation
onikolaeva2009@yandex.ru*

² *Ludong University, China
chen.sh@dvfu.ru*

³ *Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russian Federation
masianyka@mail.ru*

**Cross-cultural paremiology:
Chinese proverbs and sayings in Chinese English language mass media**

The paper considers the issues of status and identity of Chinese proverbs in English language discourse and the questions of the cross-cultural pragmatics of Chinese proverb quotations in the communication of China with the rest of the world through Chinese English-language mass media.

We have studied more than 400 fragments which contained Chinese proverbs from Chinese media sources in English (2011–2015): The Xinhua, The China Daily, The Global Times, The People's Daily. For the research, we selected 62 different Chinese proverbs, with all of them being used when dealing with international events and international relations.

Our study of Chinese proverbs in the English-language media of China (originally issued in English, or translated into English) focuses on the assumption of the intentional and purposeful use of native Chinese proverbs for foreign (non-Chinese) English-speaking audience. We assume Chinese mass media in English language to be a kind of cross-cultural communication, in which proverbs pragmatically serve as messages of China's views to the rest of the world. Chinese proverbs in use, especially in cross-cultural communication are still rare cases in Chinese proverb studies. Though Chinese proverbs have recently gained much popularity in communication in languages other than Chinese, they have not been sufficiently explored in cross-cultural research. However, cross-cultural interaction is extremely sensitive to (un)successful proverb quotations and their (in)adequate comprehension, calling for all-round problem-focused research.

The research proved that for pragmatic purpose, the Chinese media cited Chinese proverbs in English in an intelligible and clear form. The English language makes the high context communication of China meet the requirements of low context communication, dictating the forms of Chinese proverb quotation: English equivalent, close correspondence, fable interpretation or translation.

The analysis made it clear that pragmatic intentions of Chinese media on international relations were realized by Chinese proverbs focused on either positive values or «anti-values». Anti-values in proverbs were actualized as a part of conflict resolution or conflict management strategy and may be viewed from cross-cultural pragmatics as a warning or advice.

It was found out that Chinese proverbs focused on anti-values were more diverse (39 out of 62 which is 63 %) than those with positive values. But Chinese proverbs with positive values were more frequent. Greater diversity of Chinese proverbs focused on anti-values can be explained by diversity of causes of international debates and contradictions, each of them being unique.

Keywords: cross-cultural paremiology, English-language media of the PRC, intercultural pragmatics, Chinese proverb, shuyu, chéngyǔ, guānyòngyǔ, géyán, sùyǔ, yànyǔ.

DOI 10.17223/18137083/60/20

References

- Bradbury N. Transforming experience into tradition: two theories of proverb use and Chaucer's practice. *Oral Tradition*, 2002, vol. 17, no. 2, pp. 261–289.
- Dabaghi A., Pishbin E., Niknasab L. Proverbs from the viewpoint of translation. *Journal of Language Teaching and Research*, 2010, vol. 1, no. 6, pp. 807–814.
- Honeck R.P. *A Proverb in Mind: The Cognitive Science of Proverbial Wit and Wisdom*. Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 1997.
- Ma L. *The Word and the World: Exploring World Views of Monolingual and Bilingual Chinese Through the Use of Proverbs*. University of Miami Scholarly Repository, Open Access Dissertations, 2011. URL: http://scholarlyrepository.miami.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1561&context=oa_dissertations (accessed 15.12.2015).
- Mieder W. *The Politics of Proverbs: From Traditional Wisdom to Proverbial Stereotypes*. Madison, Univ. of Wisconsin Press, 1997, 272 p.
- Mieder W. *Proverbs: A Handbook*. Greenwood Folklore Handbooks. Westport, CT, Greenwood Press, 2004, 304 p.
- Mieder W. *Proverbs are the Best Policy: Folk Wisdom and American Politics*. Logan, Utah, Utah State Univ. Press, 2005, 339 p.
- Mieder W. The Golden Rule as a Political Imperative for the World President Barack Obama's Proverbial Messages Abroad. *Milli Folklor*, 2010, vol. 22, no. 85, pp. 26–35. URL: <http://www.millifolklor.com/PdfViewer.aspx?Sayi=85&Sayfa=23> (accessed 20.01.2015).
- Nikolaeva O. V., Yakovleva E. A. The pragmatics of Chinese proverb quoting in the English and the Russian-language mass media of PRC. *Asian Social Science*, 2015, vol. 11, no. 15, pp. 211–220.
- Rahiminezhad V., Yeganeh M., Toorani H. A Comparison study of general proverbs used by Iranian women and men. In: Z. Arzjani, V. Rahiminezhad, Kh. Salehi (Eds). *Asian Women from Different Perspectives: A Collection of Articles*. Bloomfield, Author House, 2013, pp. 19–59.
- Wen Zh. An analysis of social proverbs from the perspective of cultural semiotics. *Theory and Practice in Language Studies*. 2012, vol. 2, no. 10, pp. 2073–2080.

Dictionaries

- Gotlib O. M., Mu Huangying (Eds). *Kitaysko-russkiy frazeologicheskiy slovar'* [Chinese-Russian Phraseological dictionary]. Moscow, East-West, 2007.
- Chengyu da cidian* [A Big Dictionary of Chengyu]. Zhengzhou, Henan renmin Press, 1985.
- Wen Duanzheng (Ed.). *Zhongguo guanyongyu daquan* [Chinese idioms (Guanyongyu) dictionary]. Shanghai, Cishu Press, 2004.
- Wen Duanzheng. (Ed.). *Zhongguo suyü da cidian* [Chinese proverbs (Suyu) dictionary]. Shanghai, Cishu Press, 1986.

- Hanyu yanyu cidian* [Chinese proverbs (Yanyu) dictionary]. Nanjing, Jiangsu Renmin Press, 1981.
- He Changfeng (Ed.). *Gudai geyan cidian* [Dictionary of ancient sayings]. Guiyang, Guizhou renmin Press, 1988.
- Zhou Hongyan (Ed.). *Mingju yongfa cidian* [Dictionary of famous sayings]. Shanghai, Shanghai guji Press, 1989.
- Zhao Zixun (Ed.). *Gushu diangu cidian* [Encyclopedia of ancient literary quotation]. Nanchang, Jiangxi renmin Press, 1984.
- Jiao L., Stone, B. *500 Common Chinese Proverbs and Colloquial Expressions: An Annotated Frequency Dictionary*. London, New York, Routledge, 2014.
- Liu Yeqiu. *Chengyu shuyu cidian* [Chengyu and shuyu dictionary]. Taipei, Shangwu, 1992.
- Rohsenow J. *ABC dictionary of Chinese proverbs (Yanyu)*. Honolulu, Univ. of Hawaii Press, 2003.
- Xia Zhengnong, Chen Zhili (Ed.). *Cihai* [Cihai dictionary]. Shanghai, Cishu, 2009.