

Научная статья

УДК 811.111

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2023-3/168-184>

Русские и китайские паремии в англоязычных СМИ: прагмастилистические особенности

Пак Леонид Евгеньевич

Пономарь Игорь Владимирович

Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия

***Аннотация.** Статья посвящена вопросу исследования прагмастилистических особенностей функционирования русских и китайских паремий в англоязычных СМИ. Объектом работы является англоязычный медиадискурс. Предметом исследования выступают функциональные аспекты китайских и русских паремий в англоязычном масс-медийном дискурсе как результат взаимодействия китайской, российской и англо-саксонской культур. Цель исследования заключается в выявлении и описании прагмастилистических особенностей функционирования русских и китайских паремий в англоязычных СМИ США и Великобритании. В качестве материала исследования послужили 558 статей, написанных в рамках публицистического медиадискурса в период с 2017 по 2023 г. в журналах США – «The New York Times», «The New Yorker», «Fox News», «CNN», «Washington Post», «USA Today», «Los Angeles Times», «The Wall Street Journal», «New York Post», «Variety», «Newsweek» и Великобритании – «The Guardian», «Daily Mail», «Daily Express», «The Sunday Times». Основным методом, который был использован в исследовании, является описательный метод (выявление и описание особенностей). Кроме того, использовался дискурс-анализ. Для сбора, обработки и представления полученных данных применялись количественный метод и методы презентации материала (разработка диаграмм, таблиц). Основываясь на количественных данных, можно сделать вывод о том, что в рамках англоязычного медиадискурса китайские паремии встречаются чаще русских паремий. В ходе проведенного анализа также было выявлено, что китайские паремии преимущественно выполняют моделирующую функцию, в то время как русские паремии – регулятивную функцию, реализуемую преимущественно в статьях политической тематики.*

***Ключевые слова:** паремия, медийный дискурс, функции паремии, прагмастистика, англоязычные СМИ.*

***Для цитирования:** Пак Л.Е., Пономарь И.В. Русские и китайские паремии в англоязычных СМИ: прагмастилистические особенности // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2023. Т. 15, № 3. С. 168–184. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2023-3/168-184>.*

Original article

Russian and Chinese paroemias in the English-language mass media: pragmatic stylistic features

Leonid E. Pak

Igor V. Ponomar

Vladivostok State University

Vladivostok, Russia

© Пак Л.Е., 2023

© Пономарь И.В., 2023

168

Abstract. *The paper is devoted to the study of pragmatic and stylistic features of the functioning of Russian and Chinese proverbs in the English-language media. The object of the research is the English-language media discourse. The subject of the study is the functional aspects of Chinese and Russian proverbs in the English-language mass media discourse as a result of the interaction of Chinese, Russian and Anglo-Saxon cultures. The purpose of the research is to reveal and describe the pragmastylistic features of the functioning of Russian and Chinese proverbs in the English-language mass media of the United States and Great Britain. The material of the study are 558 articles created within the publicistic media discourse through 2017 to 2023, in particular, "The New York Times", "The New Yorker", "Fox News", "CNN", "Washington Post", "USA Today", "Los Angeles Times", "The Wall Street Journal", "New York Post", "Variety", "Newsweek", "The Guardian", "Daily Mail", "Daily Express", "The Sunday Times". The authors explored the descriptive method (identification and description of the specific features) in the study. Also discourse analysis was used. For the collection, processing and presentation of the data obtained, a quantitative method and methods of presenting the material (charting diagrams and tables) were used. Based on the quantitative data, one can conclude that within the English-language media discourse Chinese proverbs are more frequent than Russian ones. The analysis also revealed that Chinese proverbs mainly perform modeling function, while Russian proverbs have a regulative nature implemented mostly in articles related to politics.*

Keywords: *proverb, media discourse, functions of proverb, pragmastylistics, English-language mass media.*

For citation: *Pak L.E., Ponomar' I.V. Russian and Chinese proverbs in the English-language mass media: pragmatic stylistic features // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University. 2023. Vol. 15, № 3. P. 168–184. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2023-3/168-184>.*

Введение

Статья посвящена вопросу исследования прагматилистических особенностей функционирования русских и китайских паремий в англоязычных СМИ США и Великобритании, так как возросшая с конца XX в. интенсивность взаимодействия языков и культур различных стран в наши дни приобретает все более глобальный характер.

Актуальность данной работы обусловлена следующими причинами. Во-первых, паремиологические исследования находятся в фокусе исследователей-лингвистов, и, соответственно, методология подобных работ соответствует уровню развития современной науки о языке. Во-вторых, вследствие межкультурного взаимодействия увеличивается количество заимствований различных языковых единиц, среди которых культурно-специфические единицы (поговорки и пословицы) представляют особый интерес. Паремии несут в себе информацию о способе познания и восприятия окружающего мира создавших их носителей определенной культуры, следовательно, заимствованные паремии должны быть интегрированы в новое коммуникативное пространство. В-третьих, изучение прагматилистических особенностей функционирования паремий вносит важный вклад в развитие паремиологии в функциональной парадигме, сближая ее с когнитивистикой и лингвокультурологией.

Объектом исследования является англоязычный медиадискурс.

Предметом исследования выступают функциональные аспекты китайских и русских паремий в англоязычном масс-медийном дискурсе как результат взаимодействия китайской, российской и англо-саксонской культур.

Цель данной работы заключается в выявлении и описании прагматилистических особенностей функционирования русских и китайских паремий в англоязычных СМИ США и Великобритании. Цель исследования обусловила постановку следующих задач:

1. Выявить прагматилистические особенности функционирования русских и китайских паремий в англоязычных СМИ.
2. Провести сопоставительный анализ функций, выполняемых русскими и китайскими паремиями.

Материалом для исследования послужили статьи, написанные в рамках публицистического медиадискурса в период с 2017 по 2023 г. в журналах США – «The New York Times», «The New Yorker», «Fox News», «CNN», «Washington Post», «USA Today», «Los Angeles Times», «The Wall Street Journal», «New York Post», «Variety», «Newsweek» и Великобритании – «The Guardian», «Daily Mail», «Daily Express», «The Sunday Times». Данные издания были выбраны в связи с тем, что они являются одними из наиболее известных и популярных англоязычных СМИ в мире. В рамках исследований на предмет использования паремий в статьях данных изданий было просмотрено 558 новостных статей. В результате было обнаружено 314 случаев использования паремий; в 56 случаях авторами статей были использованы паремии русского происхождения и в 85 – китайского.

Исследование паремий в лингвистике занимает достаточно важное место и проводится в разных направлениях. Изучается когнитивно-дискурсивная специфика создания паремий в различных языках [8], национально-культурные особенности и их значимость в межкультурной коммуникации [7], лингвокультурный и текстообразующий потенциал паремий [1], выявляется гендерная специфика пословиц на материале русского и английского языков [3]. Роль паремий в межкультурной коммуникации исследуется в работе И.В. Привалова [6]. Значительное внимание уделяется сопоставительным исследованиям: описываются национально-культурные особенности паремиологических текстов в сопоставлении русского и китайского языков [9], а также сопоставляются предметно-тематические группы поговорок и пословиц немецкого и лезгинского языков [2].

Дальнейший обзор литературы продолжим с рассмотрения работ, посвященных паремиям в средствах массовой информации. Научная статья И.Н. Кохан описывает этническую специфику китайских паремий в англоязычных СМИ [4]. Важным вопросам интеграции китайских паремий в американское коммуникативное пространство (на материалы СМИ США) посвящена работа Е.А. Яковлевой [10].

Русские пословицы в современных исследованиях изучаются с точки зрения лингвоаксиологической и лексикографической интерпретации [5].

Наша работа продолжает как комплексное, так и аспектное изучение особенностей функционирования паремий.

Основным методом, который был использован в исследовании, является описательный метод (выявление и описание особенностей). Кроме того, использовался дискурс-анализ. Для сбора, обработки и представления полученных

данных применялись количественный метод и методы презентации материала (разработка диаграмм, таблиц).

Основная часть

Отношение одной нации к другой можно проследить по тому, насколько широко культурные аспекты нации используются и изображаются в средствах массовой информации другой нации, а паремии являются одним из наиболее значимых языковых элементов культуры, воплощающих как ценности, так и мировоззрение нации. Кроме того, использование паремий в тексте позволяет усилить прагматический эффект, закрепляет определенные политические стереотипы, если подобная цель стояла перед автором текста. Таким образом, благодаря рассматриваемым в данной статье примерам можно пронаблюдать, как меняется образ России и Китая в англоязычных СМИ, как на формирование этого образа влияют глобальные политические события и, кроме того, насколько эффективным прагматическим средством является паремия.

В результате исследования было обнаружено 56 случаев использования русских паремий; установлено, что, в отличие от паремий из других языков, паремии русского происхождения встречаются практически исключительно в статьях, напрямую связанных с Россией: 35 случаев из 56. При этом вне контекста России паремии были использованы 21 раз. В контексте России паремии встречались в статьях на тему внешней и внутренней политики России (28), культуры (4), спорта (2) и науки (1) (рис. 1).

Вне контекста России паремии встречались в статьях на тему политики (13), культуры (3), общества (2), медицины (1), науки (1) и спорта (1) (рис. 2).

Русские паремии редко трансформируются, что свидетельствует об их слабой интегрированности в английский язык. Чаще всего трансформации подвергалась популяризированная сороковым президентом США Рональдом Рейганом паремия "Trust, but verify" (Доверяй, но проверяй) – "Don't trust and verify" [11] (Не доверяй и проверяй), "The Guardian view on China – US tensions: distrust? Then verify" [12] (Мнение The Guardian об обострении напряженности в отношениях между Китаем и США: не доверяешь? Проверяй).

В результате проведенного анализа было выявлено, что наиболее релевантными функциями русских паремий в англоязычных СМИ являются регулятивная, метатекстовая, эстетическая и аттрактивная (табл. 1).

В наибольшем числе случаев доминирующей функцией паремий становится регулятивная, чаще всего реализуемая авторами в статьях, освещающих внешнюю и внутреннюю политику, проводимую правительством России. Регулятивная функция используется для оказания влияния на поведение и сознание адресата, усиливая эффект информации, содержащейся в статье, убеждая его в правильности мысли автора.

В статье об общественном настроении граждан Российской Федерации автор использует в начале статьи следующую паремию:

"Don't count your chickens before they hatch, an old English proverb says. Its Russian counterpart advises you to count your chickens in the fall." [13] (Не считайте

цыплят, пока они не вылупились, гласит старая английская поговорка. Ее русский аналог советует считать цыплят по осени.)

Данная поговорка, концептуализирующая когнитивному «не стоит делать преждевременных выводов, пока дело еще не доведено до конца», обладает яркой анималистической метафорой, привлекает внимание читателя, усиливает эффект информации, расположенной в следующих абзацах. Таким образом, автор стремится создать в представлении адресата определенный образ России.

В статьях, не затрагивающих напрямую тему политики, регулятивная функция реже становится доминирующей. Например: "*Theoretical science is the use of mathematics to establish laws of nature and their testable consequences. It helps speed up the pace of science because it narrows the focus on what needs to be investigated. As Leonardo da Vinci put it, the man who proceeds without theory is like a sailor who enters a ship without a compass. A laconic Russian proverb makes a similar point: Measure seven times, cut once [14]*". (Теоретическая наука – это использование математики для установления законов природы и их проверяемых следствий. Она помогает ускорить темпы развития науки, поскольку сужает фокус внимания на том, что необходимо исследовать. По словам Леонардо да Винчи, человек, который действует без теории, подобен моряку, который входит в корабль без компаса. Лаконичная русская поговорка говорит о том же: «Семь раз отмерь, один раз отрежь».)

Когнитивная данная поговорки – «перед тем, как что-либо сделать, необходимо всё тщательно обдумать». Пословичная метафора данной поговорки – структурная, т.е. некий абстрактный концепт (важность размеренных и обдуманных действий) концептуализируется через наглядную метафору. Так как поговорка расположена в конце заключающего абзаца, она завершает и подтверждает мысль автора; доминирующая функция данной поговорки – регулятивная, а интенция автора – закрепить мысль, излагаемую в абзаце, но в первую очередь – оказать перлокутивный эффект на читателя, убедить его в правильности мысли автора.

В результате анализа материала исследования при помощи количественных методов выявлено, что регулятивная функция используется 25 раз.

Многие русские поговорки выполняют метатекстовую функцию, обращая внимание читателя на особенности повседневной жизни в России, демонстрируют ценности, нормы и воззрения россиян. Авторы часто отмечают, что та или иная поговорка имеет именно русское происхождение; русские поговорки часто используются в виде цитат человека, проинтервьюированного при создании статьи. Так автор показывает, что поговорка демонстрирует именно российский менталитет.

Для иллюстрации использования данной функции можно привести поговорку, использованную в статье о подготовке к Чемпионату мира по футболу в 2018 г., проходившему в России: "*Russians, though often big – hearted, can be notoriously dour when dealing with foreigners, particularly large groups who do not speak the language. Smiling at any stranger is considered dubious, perhaps even the sign of a feeble mind. There is even a proverb about it: Laughter without reason is a*

mark of fools" [15]. (Русские обычно добродушны, но могут показаться угрюмыми и суровыми при общении с иностранцами, особенно с большими группами людей, которые не говорят на русском языке. Улыбающийся незнакомцу человек может показаться подозрительным или, возможно, даже слабоумным. На этот счет даже существует пословица: Смех без причины – признак дурачины.)

Объясняя мотивацию действий правительства Российской Федерации при подготовке к проведению чемпионата, автор подытоживает абзац о том, как себя ведут россияне «на людях», – паремия с когнитивной (единицей знания), реконструируемая при семантическом анализе паремии – «необходимо вести себя сдержанно». Паремия усиливает прагматический эффект статьи, объясняя позицию автора о причинах действий правительства страны, и знакомит читателя с особенностями менталитета россиян, т.е. выполняет метатекстовую функцию.

В результате анализа материала исследования при помощи количественных методов выявлено, что метатекстовая функция используется 16 раз.

При написании статей, освещающих культуру и историю России, авторы стараются сделать текст более близким к художественному; для этой цели они прибегают к использованию различных стилистических приёмов и средств выразительности. В подобных статьях паремии используются в первую очередь как средства выразительности, выполняя преимущественно эстетическую функцию, также называемую орнаментальной. Эстетическая функция используется авторами с целью удовлетворить эстетическое чувство адресата, акцентирует внимание не на содержащейся в тексте информации, а на художественности и образности текста. Авторы зачастую не объясняют читателю значение выражения, делая метафору паремии более яркой:

"The anti-modernist offensive occasioned some bizarre meetings between Soviet officialdom and writers or artists. When Nikita Khrushchev attacked the modernist sculptor Ernst Neizvestny with the proverb "Only the grave can correct a hunchback", Yevtushenko retorted: "I hope we have outlived the time when the grave is used as a means of correction" [16]. (Антимодернистское «наступление» привело к нескольким причудливым встречам между советской номенклатурой и деятелями искусства. Когда Никита Хрущев обрушился с поговоркой «Горбатого могила исправит» на скульптора-модерниста Эрнста Неизвестного, Евтушенко возразил: «Надеюсь, мы пережили то время, когда могила используется как средство исправления».)

"The theme of "Eugene Onegin," adapted from Pushkin, is voiced early by Madame Larina (Elena Zarembo), the widowed landowner who runs her own estate and frets over her daughters: Tatiana and Olga (the radiant mezzo-soprano Elena Maximova). She repeats a wise proverb: "Heaven sends us habit in place of happiness" [17]. (Тема «Евгения Онегина», произведения Пушкина, озвучивается госпожой Лариной (Елена Заремба), овдовевшей помещицы, которая управляет имением и волнуется из-за своих дочерей: Татьяны и Ольги (блистательное меццо-сопрано Елены Максимовой). Она повторяет мудрую пословицу: «Привычка свыше нам дана: Замена счастью она».)

В результате анализа материала исследования при помощи количественных методов выявлено, что эстетическая функция используется 13 раз.

Реже всего в англоязычном масс-медийном дискурсе используется аттрактивная функция. Данная функция является доминирующей в заголовках статей: "The Guardian view on China – US tensions: distrust? Then verify" [19]. (Мнение The Guardian об обострении напряженности в отношениях между Китаем и США: не доверяешь? Проверь.)

В результате анализа материала исследования при помощи количественных методов выявлено, что эстетическая функция используется два раза.

Паремии являются одним из наиболее значимых языковых элементов культуры, и, таким образом, столь низкое число случаев использования русских паремий в англоязычных СМИ в статьях вне контекста России может свидетельствовать о слабом уровне межкультурного взаимодействия России и англоязычных стран.

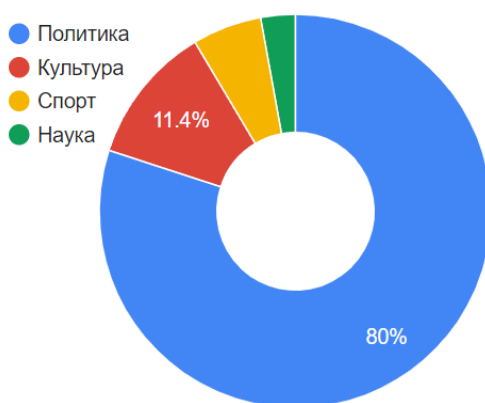


Рис. 1. Тематика статей с русскими паремиями в контексте России



Рис. 2. Тематика статей с русскими паремиями вне контекста России

Функции русских паремий в англоязычных СМИ

Функция паремии	Частота использования
Регулятивная	25
Метатекстовая	16
Эстетическая	13
Аттрактивная	2
Итого	56

По сравнению с русскими паремиями китайские паремии встречаются чаще: из 314 обнаруженных случаев использования паремий 85 паремий были китайские.

Китайские паремии в отличие от русских паремий чаще используются вне контекста страны происхождения. Паремии были использованы в контексте Китая 45 раз из 85, а вне контекста Китая – 40. Подобная распространенность китайских паремий в англоязычных статьях может свидетельствовать о близком межкультурном взаимодействии Китая и англоязычных стран.

Тематика статей, в которых встречаются паремии, достаточно разнообразна. В контексте Китая паремии были представлены в статьях на тему политики (25 раз), общества (9 раз), экономики (4 раза), культуры (6 раз) и спорта (1 раз) (рис. 3).

Вне контекста Китая паремии встречались в статьях на тему общества (12 раз), окружающей среды (6 раз), культуры (6 раз), политики (4 раза), спорта (4 раза), экономики (3 раза), образования (2 раза), медицины (2 раза) и науки (1 раз) (рис. 4).

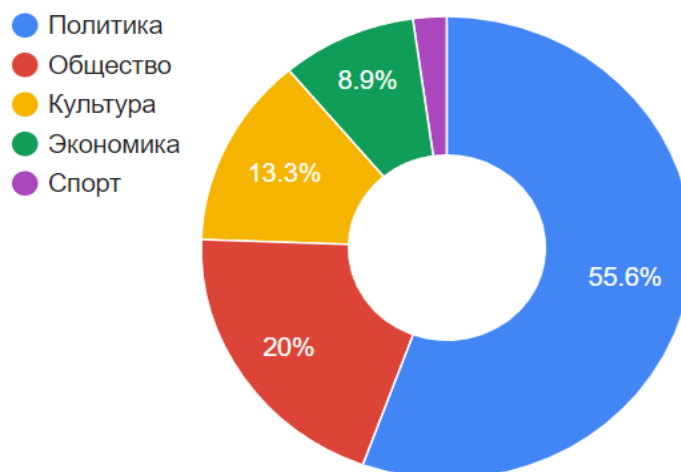


Рис. 3. Тематика статей с китайскими паремиями в контексте Китая



Рис. 4. Тематика статей с китайскими паремиями вне контекста Китая

В результате проведенного анализа было выявлено, что наиболее релевантными функциями китайских паремий в англоязычных СМИ являются моделирующая, регулятивная, метатекстовая и аттрактивная (табл. 2).

Таблица 2

Функции китайских паремий в англоязычных СМИ

Функция паремии	Частота использования
Моделирующая	40
Регулятивная	26
Метатекстовая	18
Аттрактивная	1
Итого	85

Китайские паремии часто подвергаются трансформации (*The mountains are high and the emperor is far away* [20]. – Горы высоки, а император далеко); зачастую используются устоявшиеся в переводческой традиции варианты перевода китайских паремий (*When tigers fight in the valley, the smart monkey sits aside and waits to see who wins* [21]. – Когда тигры сражаются в долине, умная обезьяна сидит в стороне и ждёт, кто победит; *Build a beautiful nest to attract the phoenix* [22]. – Построить прекрасное гнездо, чтобы привлечь феникса), что свидетельствует о высокой степени интегрированности китайских паремий в английский язык.

Наиболее распространённой функцией, которую выполняют китайские паремии в текстах, является моделирующая функция. Моделирующая функция позволяет осуществить экономию речевых средств путём демонстрации конфликта реальной ситуации и способа его решения в одном предложении. В кон-

тексте новостных статей данная функция реализуется путем использования паремии для моделирования ситуации, описываемой в тексте статьи. Авторы используют паремию для создания наглядного и образного примера, упрощающего понимание описываемой в статье ситуации:

"But even when they mess up, they're prepared to admit it. Internet pioneer Bob Metcalfe promised to eat his words if one of his predictions failed to come true. It did fail – so he shredded the magazine column in question, added water and, in front of an audience, 'ate the resulting frappe with a spoon'. And who cares that the pioneers aren't perfect? Their contrariness is appealing, and most of mankind's great achievements have depended on people like them. As an old Chinese proverb puts it: "When the winds of change blow, some people build walls, others build windmills". This is a book about the windmills" [23]. (Но даже когда они ошибаются, они готовы признать свою ошибку. Пионер Интернета Боб Меткалф пообещал буквально съесть собственные слова, если одно из его предсказаний не сбудется. Так и произошло – и поэтому он измельчил колонку журнала, в которой было несбывшееся предсказание, добавил воды и на глазах у публики «съел получившийся франже ложкой». И кого волнует, что пионеры не идеальны? Их противоречивый образ привлекает, и большинство великих достижений человечества зависело от таких людей, как они. Как гласит старая китайская пословица: «Когда дует ветер перемен, одни строят стены, другие строят ветряные мельницы». Эта книга о ветряных мельницах.)

В статье о книге, описывающей появление современных необычных изобретений, автор использует паремию с когнитивной «разные люди действуют по-разному в одних и тех же обстоятельствах» и онтологической метафорой в самом конце статьи, применяя ее для демонстрации общей идеи текста и описанной в нем ситуации. Таким образом, паремия выполняет моделирующую функцию – автор наглядно показывает читателю суть описываемой книги паремией.

В статье о китайской актрисе Фань Бинбин, обвинённой в неуплате налогов, автор использует моделирующую функцию для проведения аналогии и краткого пояснения действий китайского правительства: *"Kill the chicken to scare the monkeys," goes an old Chinese proverb about making an example of an individual to rattle the many. Embattled Chinese actress and global celebrity Fan Bingbing, who last week admitted to running afoul of her government and evading millions of dollars in taxes, is "absolutely" being made an example of, Hollywood insiders and regional experts who spoke to Variety say" [24]. («Убить курицу, чтобы напугать обезьян» – гласит старая китайская пословица о том, как наказать одного человека в назидание другим. Китайская актриса и мировая знаменитость Фань Бинбин, которая на прошлой неделе призналась, что вступила в конфликт с правительством и уклонилась от уплаты миллионов долларов, определенно ставится в пример остальным, говорят голливудские инсайдеры и региональные эксперты, беседовавшие с Variety».)* Далее автор подытоживает статью, отсылая к данной паремии: *"Fan will be preoccupied with being the sacrificial chicken for some time. As for the monkeys? There are nearly 200 well-paid actors now in the government's crosshairs, reports say, based on the muckraking of a Chinese talk-show host named*

Cui Yongquan" [24]. (Фань некоторое время побудет «жертвенным цыплёнком». Что же с «обезьянами»? Около 200 высокооплачиваемых актеров оказались «под прицелом» правительства, сообщается в материалах, основанных на материалах китайского телеведущего Цуй Юньюаня.)

Автор вновь проводит аналогию между пословицей и реальной ситуацией, «моделирует» ее.

В результате анализа материала исследования при помощи количественных методов выявлено, что моделирующая функция используется 40 раз.

Регулятивная функция часто является доминирующей преимущественно в статьях политической тематики, в которых целью автора является оказание перлокутивного эффекта на читателя с целью убедить его в правильности или неправильности той или иной политической позиции: *"The C.C.P. also uses a tried and tested tactic of stating mistruths but presenting them as facts. Its root is an ancient China proverb, "Declaring a deer a horse" – the expression explains the high value of uttering patent falsehoods or telling blatant lies not meant to mislead or deceive"*[25]. («Коммунистическая партия Китая также использует проверенную тактику – убеждать слушателя в правильности своей позиции. Корни этой тактики – древняя китайская пословица "Объявить оленя лошадью" – это выражение объясняет высокую ценность использования неправды в благих целях».)

В англоязычных СМИ паремии с анималистическими метафорами чаще выполняют эстетическую, или орнаментальную, функцию, однако, учитывая, что объяснение значения паремии следует после нее, можно сделать вывод о том, что она выполняет в первую очередь прямую регулятивную функцию (убеждение читателя в правоте автора).

Другой пример регулятивной функции: *"Early the next morning, the authorities took down the Urumqi Road sign from its post, apparently hoping in this way to sever the now recognizable connection between its policies in Xinjiang and in the rest of China. But as one Chinese netizen put it, with a Chinese proverb, those carrying away the Urumqi Road sign were "covering their ears while stealing a bell." They were fooling themselves, in other words. It may be that this bell of solidarity across ethnic lines, once rung, can't be so easily unring"* [26]. (На следующий день рано утром власти сняли со столба табличку «Дорога на Урумчи», видимо, надеясь таким образом разорвать ставшую уже очевидной связь между проводимой правительством политикой в Синьцзяне и в остальном Китае. Но, как выразился один из китайских интернет-пользователей, согласно китайской пословице, те, кто уносил знак «Дорога на Урумчи», «закрывали уши, когда крали колокол». Другими словами, они обманывали сами себя. Возможно, этот колокол солидарности по этническому признаку уже не так легко снять, после того как тот уже прозвенел.)

Для выполнения поставленной при создании текста цели автор использует паремию со структурной метафорой и когнитивной «не признавать очевидного». Паремия расположена в конце статьи, а следующее после паремии уточнение объясняет ее значение. Сама же паремия используется для подтверждения позиции автора, подводя итог статье. Всё это направлено на оказание перлокутивного

эффекта на читателя. Таким образом, доминирующая функция паремии – регулятивная.

В результате анализа материала исследования при помощи количественных методов выявлено, что регулятивная функция используется 26 раз.

Метатекстовая функция почти всегда выполняется иноязычными паремиями в текстах СМИ, так как автор зачастую указывает страну происхождения паремии, объясняет ее значение. Автор привлекает внимание адресата к традициям и ценностям другой культуры. Однако на первый план эта функция выходит не всегда – в текстах СМИ другие функции паремий играют более важную роль в оказании прагматического эффекта на читателя: "Mr. Xi, who is general secretary of the Communist Party, has led a withering campaign against corruption that has ensnared thousands of officials, as well as many of his political rivals. This poster highlights his campaign by quoting a Chinese proverb used to describe a person free of corruption: "Pure wind in two sleeves". The idea is that clean officials do not hide anything up their sleeves. Mr. Xi has said the party can survive only if it eliminates corruption, and he is preparing, as he begins his second five-year term, to expand the campaign to millions more people" [27]. (Си Цзиньпин, генеральный секретарь Коммунистической партии, возглавил жесткую кампанию по борьбе с коррупцией, которая уже затронула тысячи чиновников, а также его политических соперников. На данном плакате цель кампании описывается китайской пословицей, которая используется для описания честного человека, не связанного с коррупцией: «Чистый ветер в двух рукавах». Идея выражения заключается в том, что честные чиновники ничего не прячут в рукавах. Генеральный секретарь заявил, что партия сможет выжить только в том случае, если искоренит коррупцию, и в начале своего второго пятилетнего срока он готовится к тому, чтобы вовлечь в эту кампанию миллионы людей.)

В данной статье автор описывает специфику политической ситуации в современном Китае. Обращая внимание читателя на паремию, используемую на одном из плакатов, посвященных борьбе с коррупцией, автор объясняет ее когнитивную и связь между паремией и текущей политикой, проводимой правительством страны. Статья в целом описывает связь между культурой и особенностями политики в Китае, т.е. является метатекстовой: данная паремия также выполняет метатекстовую функцию.

В результате анализа материала исследования при помощи количественных методов выявлено, что метатекстовая функция используется 18 раз.

Как и в случае с русскими паремиями, аттрактивная функция реже всего становится доминирующей. В качестве примера можно привести заголовок "Olympics – Chinese women skiers, snowboarders «hold up half the sky» at Beijing Games" [28]. (Олимпиада – Китайские горнолыжницы и сноубордистки «держат половину неба» на Играх в Пекине.) Аттрактивная функция используется один раз.

Заключение

В настоящей работе мы выявили и описали прагматические особенности функционирования русских и китайских паремий в англоязычных СМИ США и Великобритании.

Подводя итог, можно отметить определенные различия в использовании китайских и русских паремий в англоязычных СМИ. Русские паремии чаще встречаются в контексте России (35 случаев из 56) и чаще всего используются в статьях на тему политики (28 случаев использования). Русские паремии выполняют преимущественно регулятивную и метатекстовую функции в текстах о политике, русской культуре и обществе. Они редко подвергаются трансформациям структурного или образного компонентов. Таким образом, так как паремии являются одним из наиболее значимых языковых элементов культуры, низкое число случаев использования русских паремий в англоязычных СМИ в статьях, не касающихся напрямую России, свидетельствует о низком уровне межкультурного взаимодействия России и англоязычных стран и о слабой интегрированности русских паремий в англоязычный масс-медийный дискурс.

Китайские паремии примерно с одинаковой частотой используются как в текстах, напрямую или косвенно связанных с Китаем (45 случаев употребления), так и в текстах вне китайского контекста (40 случаев употребления). Они встречаются в текстах на более разнообразные тематики, чем русские паремии, и чаще выполняют моделирующую, метатекстовую и эстетическую функции. Отмечено также, что при переводе китайских паремий на английский язык зачастую используется устоявшийся в английском языке вариант перевода, что свидетельствует о большей степени интегрированности китайских паремий в английский язык.

Основываясь на количественных данных, можно сделать вывод о том, что китайские паремии являются гораздо более распространенным языковым средством в англоязычных СМИ, чем русские, и, кроме того, используются чаще вне контекста страны своего происхождения, что свидетельствует о более тесном межкультурном взаимодействии китайской культуры и культур англоязычных стран.

Таким образом, поставленная цель работы достигнута, задачи решены. Паремии являются важными языковыми единицами в межкультурной коммуникации, в то время как проблемы функционирования и перевода русских и иноязычных паремий находятся в фокусе внимания исследователей-лингвистов. Этим обусловлены перспективы дальнейшего исследования данной проблемы как с точки зрения прагматистики, так и с точки зрения когнитивистского и лингвокультурологического подходов.

Список источников

1. Бредис М.А., Димогло М.С., Ломакина О.В. Паремии в современной лингвистике: подходы к изучению, текстообразующий и лингвокультурологический потенциал // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2020. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/paremii-v-sovremennoy-lingvistike-podhody-k-izuchenyu-tekstoobrazuyuschiy-i-lingvokulturologicheskij-potentsial>
2. Залова И.М., Алибекова Д.М. Сопоставительный анализ предметно-тематических групп паремий лезгинского и немецкого языков // МНКО. 2022. № 1 (92). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sopostavitelnyy-analiz-predmetno-tematicheskikh-grupp-paremy-lezginskogo-i-nemetskogo-yazykov>

3. Кирсанова М.А. Роль антипословиц с гендерным компонентом в формировании юмористического образа женщины (на материале русского и английского языков) // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-antiposlovits-s-gendernym-komponentom-v-formirovanii-yumoristicheskogo-obraza-zhenschiny-na-materiale-russkogo-i-angliyskogo>
4. Кохан И.Н. Китайские этнические паремии о характере, личности и отношении к жизни в дискурсе англоязычных СМИ Китая // БГЖ. 2019. № 4 (29). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kitayskie-etnicheskie-paremii-o-haraktere-lichnosti-i-otnoshenii-k-zhizni-v-diskurse-angloyazychnyh-smi-kitaya>
5. Никитина Т.Г., Роголѣва Е.И. Русские пословицы в лингвоаксиологической и лексикографической интерпретации: традиции и инновации // Вопросы лексикографии. 2022. № 24. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/russkie-poslovitsy-v-lingvoaksiologicheskoy-i-leksikograficheskoy-interpretatsii-traditsii-i-innovatsii>
6. Привалова И.В. Аксиологический компонент паремий: специфика и роль в межкультурной коммуникации // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aksiologicheskii-komponent-paremii-spetsifika-i-rol-v-mezhkulturnoy-kommunikatsii>
7. Султыгова М.М., Уружбекова М.М. Национально-культурная специфика паремий народов Кавказа и их роль в межкультурной коммуникации // МНКО. 2022. № 3 (94). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalno-kulturnaya-spetsifika-paremii-narodov-kavkaza-i-ih-rol-v-mezhkulturnoy-kommunikatsii>
8. Хучбарова Д.М. Когнитивно-дискурсивные аспекты паремийотворчества в английском языке // Современное педагогическое образование. 2023. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivno-diskursivnye-aspekty-paremiotvorchestva-v-angliyskom-yazyke>
9. Чэнь С. Сравнительные особенности русских и китайских паремийологических текстов в национально-лингвокультурном аспекте // Litera. 2022. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnye-osobennosti-russkih-i-kitayskih-paremiologicheskikh-tekstov-v-natsionalno-lingvokulturnom-aspekte>
10. Яковлева Е.А. Интеграция китайских паремий в американское коммуникативное пространство: дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2016. 186 с.
11. The USA Today. URL: <https://www.usatoday.com/story/tech/2020/03/15/coronavirus-cyber-safety-tips-working-home/5034081002/> (дата обращения: 15.06.2023).
12. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/feb/17/the-guardian-view-on-china-us-tensions-distrust-then-verify> (дата обращения: 15.06.2023).
13. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2022/10/27/opinion/russia-putin-war.html> (дата обращения: 15.06.2023).
14. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/dec/08/britain-theoretical-scientists-fund-roger-penrose-nobel> (дата обращения: 15.06.2023).
15. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2018/06/14/world/europe/russia-world-cup-sex-foreigners.html> (дата обращения: 15.06.2023).
16. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2017/04/01/world-europe/evgeny-yevtushenko-dead-dissident-soviet-poet.html> (дата обращения: 15.06.2023).
17. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2017/03/31/arts/music/review-eugene-onegin-tchaikovsky-metropolitan-opera-anna-netrebko-mariusz-kwiecien-dmitry-hvorostovsky.html> (дата обращения: 15.06.2023).
18. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/26/world/europe/vladimir-putin-russia.html> (дата обращения: 15.06.2023).

19. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/feb/17/the-guardian-view-on-china-us-tensions-distrust-then-verify> (дата обращения: 15.06.2023).
20. Fox News. URL: <https://www.foxnews.com/opinion/rebecca-grant-game-over-china> (дата обращения: 15.06.2023).
21. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2019/06/07/business/economy/russia-china-us-trade.html> (дата обращения: 15.06.2023).
22. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2021/11/20/world/china-congo-cobalt.html> (дата обращения: 15.06.2023).
23. The Daily Mail. URL: <https://www.dailymail.co.uk/home/books/article-4137802/Scientists-inventors-coming-wacky-solutions.html> (дата обращения: 15.06.2023).
24. Variety. URL: <https://variety.com/2018/film/asia/actress-fan-bingbing-tax-evasion-1202974463/> (дата обращения: 15.06.2023).
25. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2021/07/01/opinion/china-communist-party-100-years-anniversary.html> (дата обращения: 15.06.2023).
26. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2022/12/06/opinion/china-protests-xinjiang-ughurs.html> (дата обращения: 15.06.2023).
27. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2018/01/28/world/asia/beijing-propaganda-xi-jinping.html> (дата обращения: 15.06.2023).
28. The Daily Mail. URL: <https://www.dailymail.co.uk/wires/reuters/article-10530075/Olympics-Chinese-women-skiers-snowboarders-hold-half-sky-Beijing-Games.htm> (дата обращения: 15.06.2023).

References

1. Bredis M.A., Dimoglo M.S., Lomakina O.V. Paroemias in modern linguistics: approaches to study, text-forming and linguoculturological potential. *RUDN Bulletin. Series: Theory of Language. Semiotics. Semantics.* 2020; (2). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/paremii-v-sovremennoy-lingvistike-podhody-k-izucheniyu-tekstoobrazuyuschiy-i-lingvokulturologicheskoy-potentsial>
2. Zalova I.M., Alibekova D.M. Comparative analysis of subject-thematic groups of proverbs in the Lezgi and German languages. *MNKO.* 2022; 1 (92). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sopostavitelnyy-analiz-predmetno-tematicheskikh-grupp-paremy-lezjinskogo-i-nemetskogo-yazykov>
3. Kirsanova M.A. The role of anti-proverbs with a gender component in the formation of women's humorous image (as exemplified in Russian and English languages). *Bulletin of NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication.* 2020; (3). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-antiposlovits-s-gendernym-komponentom-v-formirovaniy-yumoristicheskogo-obraza-zhenschiny-na-materiale-russkogo-i-angliyskogo>
4. Kohan I.N. Chinese ethnic proverbs about character, personality and attitude to life in the discourse of English-language mass media in China. *BGZH.* 2019; 4 (29). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kitayskie-etnicheskie-paremii-o-haraktere-lichnosti-i-otnoshenii-k-zhizni-v-diskurse-angloyazychnyh-smi-kitaya>
5. Nikitina T.G., Rogalyova E.I. Russian proverbs in linguo-axiological and lexicographic interpretation: traditions and innovations. *Lexicography issues.* 2022; (24). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/russkie-poslovitsy-v-lingvoaksiologicheskoy-i-leksikograficheskoy-interpretatsii-traditsii-i-innovatsii>
6. Privalova I.V. Axiological component of proverbs: specificity and role in intercultural communication. *Current problems of philology and pedagogical linguistics.* 2021; (3).

- URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aksiologicheskii-komponent-paremiy-spetsifika-i-rol-v-mezhkulturnoy-kommunikatsii>
7. Sulygova M.M., Uruzhbekova M.M. National and cultural specificity of proverbs of the peoples of the Caucasus and their role in intercultural communication. *MNKO*. 2022; 3 (94). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalno-kulturnaya-spetsifika-paremiy-narodov-kavkaza-i-ih-rol-v-mezhkulturnoy-kommunikatsii>
 8. Huchbarova D.M. Cognitive-discursive aspects of paremio-creation in English language. *Modern pedagogical education*. 2023; (1). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivno-diskursivnye-aspekty-paremiotvorchestva-v-angliyskom-yazyke>
 9. CHen' S. Comparative features of Russian and Chinese paremiological texts in national-linguocultural aspect. *Litera*. 2022; (6). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnye-osobennosti-russkih-i-kitayskih-paremiologicheskikh-tekstov-v-natsionalno-lingvokulturnom-aspekte>
 10. Iakovleva E.A. Integration of Chinese proverbs into the American communicative space: dis. ... Candidate of Philological Sciences. Moscow; 2016. 186 p.
 11. The USA Today. URL: <https://www.usatoday.com/story/tech/2020/03/15/coronavirus-cyber-safety-tips-working-home/5034081002/> (date of appeal: 15.06.2023).
 12. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/feb/17/the-guardian-view-on-china-us-tensions-distrust-then-verify> (date of appeal: 15.06.2023).
 13. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2022/10/27/opinion/russia-putin-war.html> (date of appeal: 15.06.2023).
 14. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/dec/08/britain-theoretical-scientists-fund-roger-penrose-nobel> (date of appeal: 15.06.2023).
 15. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2018/06/14/world/europe/russia-world-cup-sex-foreigners.html> (date of appeal: 15.06.2023).
 16. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2017/04/01/world/europe/yevgeny-yevtushenko-dead-dissident-soviet-poet.html> (date of appeal: 15.06.2023).
 17. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2017/03/31/arts/music/review-eugene-onegin-tchaikovsky-metropolitan-opera-anna-netrebko-mariusz-kwiecien-dmitry-hvorostovsky.html> (date of appeal: 15.06.2023).
 18. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2022/03/26/world/europe/vladimir-putin-russia.html> (date of appeal: 15.06.2023).
 19. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/feb/17/the-guardian-view-on-china-us-tensions-distrust-then-verify> (date of appeal: 15.06.2023).
 20. Fox News. URL: <https://www.foxnews.com/opinion/rebecca-grant-game-over-china> (date of appeal: 15.06.2023).
 21. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2019/06/07/business/economy/russia-china-us-trade.html> (date of appeal: 15.06.2023).
 22. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2021/11/20/world/china-congo-cobalt.html> (date of appeal: 15.06.2023).
 23. The Daily Mail. URL: <https://www.dailymail.co.uk/home/books/article-4137802/Scientists-inventors-coming-wacky-solutions.html> (date of appeal: 15.06.2023).
 24. Variety. URL: <https://variety.com/2018/film/asia/actress-fan-bingbing-tax-evasion-1202974463/> (date of appeal: 15.06.2023).
 25. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2021/07/01/opinion/china-communist-party-100-years-anniversary.html> (date of appeal: 15.06.2023).

26. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2022/12/06/opinion/china-protests-xinjiang-ughurs.html> (date of appeal: 15.06.2023).
27. The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2018/01/28/world/asia/beijing-propaganda-xi-jinping.html> (date of appeal: 15.06.2023).
28. The Daily Mail. URL: <https://www.dailymail.co.uk/wires/reuters/article-10530075/Olympics-Chinese-women-skiers-snowboarders-hold-half-sky-Beijing-Games.htm> (date of appeal: 15.06.2023).

Информация об авторах:

Пак Леонид Евгеньевич, канд. филол. наук, доцент кафедры межкультурных коммуникаций и переводоведения ВВГУ, г. Владивосток. E-mail: leonid.pak@vvsu.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2181-0259>

Пономарь Игорь Владимирович, студент ВВГУ, г. Владивосток. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-0945-9443>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2023-3/168-184>

Дата поступления:
31.07.2023

Одобрена после рецензирования:
22.08.2023

Принята к публикации:
25.08.2023