

УДК 8:81'44

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРЕМИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ КИТАЯ

© Ирина Кохан

AXIOLOGICAL COMPONENT OF NATIONAL PROVERBS IN CHINESE MASS MEDIA PUBLISHED IN ENGLISH

Irina Kokhan

The article explores the axiological component of ethnic proverbs functioning in the Chinese mass media published in English both in print and online. Its topicality is conditioned by the general tendency both towards worldwide globalization and unification, and the development of relationships between China and the Western world, the USA in particular. We assume that ethnic proverbs represent national identity and analyze its main values, concepts, and functions. The material allows us to identify and study the key axiological categories of Chinese culture. The results prove that the proverbs are used consistently to represent the axiological basis of Chinese culture and to accomplish didactic and pragmatic functions in order to influence English-speaking readers. At the same time, we have revealed that the purpose of quoting proverbs depends on the content of the article, as well as on the intention of the authors themselves. The data obtained is of interest to researchers in different spheres of cultural studies, theory, and history of literature and linguistics.

Keywords: proverb, mass media discourse, axiology, concept, national identity, national mentality, pragmatics.

Статья освещает аксиологический компонент функционирования этнических паремий в китайских англоязычных СМИ, как печатных, так и электронных. Актуальность исследования обусловлена общей мировой тенденцией к глобализации и унификации, а также развитием разноаспектных отношений между Китаем и странами Запада, в первую очередь США. Предполагается, что этнические паремии в социо- и медиадискурсе китайских англоязычных СМИ служат средством представления национального менталитета. В рамках настоящего исследования анализируются основные ценностные ориентиры, концепты и функции, реализуемые в ходе цитирования этнических паремий, что позволяет выявить и изучить базовые аксиологические категории китайской культуры. Полученные данные могут свидетельствовать о планомерном использовании журналистами китайских паремий с целью репрезентации аксиологической картины мира Китая, национальной идентичности, а также для осуществления дидактической и прагматической функций воздействия на англоязычного читателя. При этом выявлено, что выбор той или иной цели цитирования паремий зависит от содержательной стороны статьи, а также от интенции самого автора. Результаты исследования могут представлять интерес для исследователей, работающих в сферах культурологии, языкознания и литературоведения.

Ключевые слова: паремия, дискурс СМИ, аксиология, концепт, национальная идентичность, национальный менталитет, прагматика.

В задачи современной паремиологии входит поиск подходов к анализу пословиц и поговорок – носителей культурно-ценностных компонентов языка и национального сознания [Байжанова, с.63]. Аксиологический, когнитивный, лингвокультурологический аспекты рассматривают паремии не просто как средство передачи исторического опыта нации, но и как материал для сохранения, поддержания и представления лингвокультурного единства народа – носителя данных паремий. Особенно важной видится роль этниче-

ских паремий в рамках межкультурной коммуникации.

В качестве ведущего и универсального языка международного взаимодействия выступает английский, способствуя как усилению глобализации, так и сохранению идентичности этносообществ. Примером тому могут служить, в частности, государственные китайские СМИ, выпускаемые на английском языке, как печатные, так и электронные. Таким образом Китай осуществляет культурную коммуникацию с

остальным миром, в первую очередь, англоязычным, что представляется актуальным предметом для анализа в рамках современного политического курса ведущих диалог стран. В ходе анализа новостных статей нами была отмечена тенденция к цитированию национальных китайских паремий.

Особый интерес для данного исследования представляет их аксиологический компонент, ценности, представленные в паремиях, анализ их когнитивной силы.

Видится, что наблюдаемое цитирование национальных паремий в англоязычных СМИ Китая обусловлено репрезентацией ключевых ценностей китайцев, представлением культуры и многовекового опыта народа, средством выражения этнической идентичности жителей Поднебесной.

Центральной единицей анализа настоящего исследования является паремия. Само слово имеет греческое происхождение и первоначально трактовалось как «притча, изречение, отрывок из Библии» [Ушаков]. В настоящее время в отечественной и зарубежной науке сложилось несколько подходов к изучению паремий. Современная паремиология рассматривается как отрасль таких наук, как фольклористика, литературоведение, культурология, лингвистика, лингвопрагматика, когнитивистика, психолингвистика и т. д. [Жуков], [Крикманн], [Пермяков], [Потебня], [Снегирев], [Lauhakangas]. Такая вариативность понимается как результат тенденции научного сообщества к антропологической направленности исследовательской деятельности.

Обилие научных подходов к определению паремии свидетельствует о том, что в настоящее время паремиология не может рассматриваться как окончательно сформировавшаяся отрасль научного знания. Однако для себя мы, вслед за В. Мидером и А. Тейлором, условно понимаем паремию как «устойчивое краткое изречение, передаваемое из поколения в поколение с целью репрезентации социального опыта народа, его традиций и менталитета, системы моральных принципов и ценностей» [Mieder, с. 2]; [Taylor, с. 2].

В китайском языке паремиологический аппарат представлен набором различных единиц [Николаева, Чень Шумэй, Панина, с. 235]: 成语 («Чэньюй» – идиомы), 颜语 («Яньюй» – пословицы), 歇后语 («Сехоууй» – недоговорки-иносказания); 惯用语 («Гуаньюньюй» – фразеологические сочетания), 俗语 («Суюй» – поговор-

ки), 格言 («Гыень» – афоризмы, цитаты), 警句 («Цзинцзю» – отточенные фразы), 奇说 («Ти-шуо» – странные речения, парадоксы, суждения).

Стоит заметить, что непосредственно в англоязычных СМИ Китая представлено сочетание «Chinese proverb / saying». Вслед за такими авторами, как О. В. Николаева, Чень Шумэй, М. Е. Панина [Там же], мы исходим из положения, что подобная генерализация обусловлена прагматической целью доступности и понятности широкому кругу читателей. По этим же соображениям в данном исследовании мы будем употреблять слово «паремия».

В качестве цели данного исследования выдвигается предположение, что через англоязычные СМИ Китая можно построить ценностную картину мира нации. В ходе работы с материалом решались следующие задачи: поиск статей, содержащих паремии китайского происхождения; анализ концептуального наполнения паремий, определение их функциональной нагрузки. Представляется, что на основании проанализированных фактов возможно также выявить прагматические установки, заложенные в паремиях.

В общей сложности было проанализировано 120 уникальных паремий, заявленных в источниках как китайские, и более 200 контекстов их употребления. Материалом послужили официальные китайские СМИ на английском языке: «Xinhua», «The People's Daily», «The China Daily», «The Hong Kong Standard», «The Hong Kong Daily» и др. в период с 2005 по 2018 годы. Все найденные паремии были выверены по словарям и сборникам китайских поговорок: «100 Commonly Used Chinese Proverbs» [Binyong], «Chengyu Dictionary» [Chengyu Dictionary], а также переводам китайского сборника «Liji The Book of Rites» [Liji 礼记], сборника притч «The Zhuangzi» [The Zhuangzi 庄子].

В ходе анализа было установлено, что наиболее наглядно аксиологический потенциал паремий реализуется в статьях внутригосударственной тематики. Подобная тенденция может быть обусловлена большей заинтересованностью журналистов в вопросах внутреннего характера, а также стремлением представить неразрывность связи между прошлым, настоящим и будущим в культурном аспекте.

Цитирование паремий в статьях внешнего направления мы можем объяснить попыткой СМИ при помощи средств многовековой китайской мудрости поделить свой собственный историческим опытом и представить инокультурным

читателям свои национальные способы ведения дел и решения проблем.

Из общего количества проанализированных уникальных паремий 47 использовались в статьях внешней направленности и 73, соответственно, в статьях внутренней тематики. Некоторые из них также встречались в статьях смешанного характера. В задачи настоящего исследования не входил анализ конкретных тематик, проводилась общая выборка, на основании которой были выявлены те или иные аксиологические особенности функционирования этнических паремий в китайских СМИ на английском языке.

Одной из самых реализуемых в китайских СМИ ценностей выступает стремление к общественному единению, к коллективному. Так, в статье, посвященной экономической инициативе Китая «Один пояс и один путь» приводится паремия: *One tree does not make a forest, and one string does not make music. The moral is that we need a broad international cooperation to bring prosperity to the world [Xinhuanet]* – ‘Одно дерево – не лес, одна струна – не музыка. Мораль такова: для всемирного процветания необходимо международное сотрудничество’ (Здесь и далее перевод наш – И.Н.). (Ср. 独树不成 – ‘Одно дерево еще не лес’ [Большой китайско-русский словарь] (далее – БКРС). Уже в самом контексте говорится, что функция паремии – подчеркнуть необходимость кооперации. В основе паремии лежит концепт природной гармонии. Коллективное является основополагающим принципом широко распространённого в Китае учения Дао, главный постулат которого: «Счастье – это быть неразрывным с целым» [Ан, Ворсина, с. 215], [Титаренко, Кобзев, Лукьянов, с. 69].

Еще одним ярким примером коллективного выступает паремия в контексте статьи об экономическом росте в городе Шеньчжен: *Making a huge profit is not the main goal, Lau said <...> and there is an old proverb that when every one adds firewood, the flames rise high [Zhu, Xie]*. – ‘Большие заработки – не главная цель, говорит Лау <...> и есть старая поговорка, которая гласит «когда каждый подсыпает дрова, пламя растёт ввысь»’ (Ср. 团结一致就是我们的力量源泉 – ‘Наша сила в сплочённости, в единстве’ [БКРС]). Герои статьи – молодые ученые, развивающие экономику города и страны, изобретая различные устройства, упрощающие людям жизнь, такие как роботы, 3D-принтер, лазерные ножницы. В основе паремии также находится концепт сотрудничества. В качестве ведущей функции выступает поощрение стремления молодежи к познанию и изобретению, совершенствованию.

Другой значимой ценностью, нашедшей отражение в СМИ, выступает мудрость, познание себя и окружающего мира. Паремия *Give a man a fish and you feed him for a day; teach a man to fish and you feed him for a lifetime [Junqian]* (授人以鱼不如授人以渔 / 授人以鱼不如授人以

渔 – ‘Дай человеку рыбу, и он будет сыт день; научи человека ловить рыбу, и он будет сыт всю жизнь’ [БКРС]) реализуется в статье, посвященной кулинарным курсам новозеландского шеф-повара, проводимым в Китае. Паремия несет в себе два концепта. Первый – значимость обучения для повседневной жизни. В Китае достаточно серьезно относятся к учебе [Binyong]. Иметь образование считается престижным, поэтому во многих семьях родители начинают откладывать деньги на учебу детей заблаговременно. Более того, дети и сами очень заинтересованы в получении знаний, потому ведут себя на уроках внимательно и почтительно по отношению к учителю. Лаоши (老师) или ‘учитель’ – очень престижная профессия в Китае [БКРС]. Вторым реализуемым концептом выступает трепетное отношение к еде. На протяжении всей своей истории жители Поднебесной нередко страдали от голода во время междоусобных войн или по причине природных катаклизмов, что привело к почитанию еды [The Zhuangzi]. И по сей день прием пищи рассматривается в Китае не просто как жизненная необходимость, но как целый ритуал, обладающий своими традициями. В контексте данной статьи паремия выполняет дидактическую функцию, апеллируя значимостью еды и обучения в жизни человека.

Постижение мудрости находит отражение и в статье, посвященной особенностям ведения бизнеса в Китае и в Западном мире. В качестве аргумента приводится паремия *A good man does not argue; he who argues is not a good man [Schamber]* (一个好人 不 争 辩; 争 辩 的 人 不 是 好 人 – ‘хороший человек не станет спорить; тот, кто спорит – не может считаться хорошим человеком’ [БКРС]). Автор статьи утверждает, что тенденция европейского менталитета к тактике оспаривания и агрессивного отстаивания своей точки зрения не всегда уместна и целесообразна. Напротив, согласно китайской мудрости, человек прекрасен, если он спокоен и неконфликтен. Данное высказывание принадлежит великому мыслителю Древнего Китая Лао Цзи [Liji], который, несмотря на свой полумифический образ, считается основоположником Даосизма. Как уже говорилось ранее, одним из ключевых постулатов Дао является стремление к смирению, отказу от эгоцен-

тричного отношения к миру. Этот принцип находит отражение в паремии, реализуя концепт дружественного и уважительного отношения к другим. Функциональная нагрузка паремии в рамках настоящей статьи заключается в репрезентации традиционной китайской точки зрения в противопоставление европейским ценностям. Помимо этого, паремия несет в себе дидактическое значение, призванное объяснить англоязычному читателю, что спор – не всегда верный способ решить проблему.

Мудрости и самопознанию учит и паремия *Be not afraid of growing slowly, be afraid only of standing still* [Nameed] (Ср. 慢走跌不倒 · 小心错不了 – ‘Тише едешь – дальше будешь’ [БКРС]). Статья, в которой приводится данное изречение, рассказывает об особенностях жизни в Китае, в частности о росте популярности активного образа жизни среди китайцев независимо от возраста. Автором выражения является мыслитель Конфуций [Chengyu Dictionary]. В основе паремии лежит концепт приверженности своим идеалам. Дидактическая функция заключается в стремлении объяснить, что зачастую результат не приходит так быстро, как хочется. Однако терпение и умение ждать, по мнению автора статьи, непременно дадут свои результаты, будь то спорт или какая-то другая сфера жизни.

Значимость терпения также нашла аксиологическое отражение в китайских СМИ, выпускаемых на английском языке. В качестве примера приведем паремию *real gold will shine sooner or later* [Liu] (是金子总要发光的 – ‘настоящее золото рано или поздно засияет’ [БКРС]) в контексте статьи об особенностях китайского менталитета и туризма в Англии. Ключевым концептом видится стремление к посвящению себя выбранному жизненному пути. Функция паремии дидактическая, направленная на поощрение умения ждать.

Другим примером паремии, раскрывающей ценность терпения, выступает выражение *sweetness comes after bitterness* [Zhihua] (苦尽甘来 – ‘вслед за горем приходит радость’ [БКРС]). Статья, в которой приводится паремия, посвящена пивоваренному бизнесу в Китае, в частности тому, как общий интерес свел вместе совершенно разных людей и спустя годы привел к успеху. Однако, несмотря на финансовые успехи, герой статьи признается, что ему с партнерами пришлось пройти и сложное время, трудности и конфликты. Но всё это стоило ожиданий. Таким образом, паремия реализует концепт умения

ждать и следования за своей мечтой. Функция паремии главным образом дидактическая, указывающая на то, как важно следовать поставленной цели, несмотря на все трудности, возникающие на пути.

Большую роль в культуре Китая играет вера в высшие силы, мистицизм [Binyong]. В статье, посвященной обнаружению гробницы древнего полководца Цао Цао, фигурирует паремия *speak of Cao Cao and he appears* [Xinran] (说曹操 · 曹操到 – ‘На ловца и зверь бежит’ [БКРС]). Цао Цао [Binyong] известен как фактический правитель Империи Хань начала III века н. э., который пытался объединить разрозненные государства в одно, однако потерпел поражение. Содержание паремии свидетельствует о полумифическом образе Цао Цао в глазах китайцев. В культуре Поднебесной он предстает одним из самых известных злодеев, и его личность наделяется такими «демоническими» качествами, как, например, жестокость, агрессивность, эгоизм. Ключевым концептом анализируемой паремии выступают высшие силы, то, что нам неподвластно. Функция паремии – репрезентация культурного и исторического наследия Китая.

Еще одной паремией, указывающей на значимость высших сил, является *They are holding Buddha's feet* [Teens flock to temples as examination looms] (他们抱着佛脚 – ‘держат Будду за ноги; откладывать всё на последний момент’ [БКРС]). В статье говорится, что количество подростков среди прихожан буддистских храмов ощутимо возрастает в преддверии выпускных экзаменов. Концептуальной основой изречения выступает преклонение перед Буддой. В анализируемом контексте паремия выполняет нравоучительную функцию, выступая с некоторой критикой подобного поведения. Как утверждает автор статьи, подобное отношение способно породить в умах детей ложные надежды и привести к разочарованию в религии в случае неудачи. Подростков призывают помнить, что всё зависит не только от Бога, но и от них самих.

Ценностный подход к семье также находит отражение в китайских СМИ на английском языке. В качестве примера рассмотрим паремию *Harmony at home brings prosperity* [Keqiang] (Ср. 国治而后天下平 – ‘Если же в государстве [твоём] порядок, то умиротворится и вся Поднебесная’ [БКРС]). В анализируемой статье ведётся речь об отношении Китая к Афганскому вопросу. Поднебесная выражает уважение к самоопределению дружественного государства и готова к политическому, экономическому и культурному

сотрудничеству. Посредством паремии внутренние дела Афганистана, как и любого другого государства, представляются отношениями внутри семьи. Таким образом, если в семье царит гармония и мир, такую семью ждет успех во всех начинаниях. Функция паремии – репрезентативная и дидактическая. Посредством представления ценностного идеала китайского менталитета автор статьи оказывает воздействие на читателей и все мировое сообщество с целью скорейшего разрешения конфликта.

Другим случаем обращения к семейным ценностям служит паремия *more children, more happiness* [When more children mean misery and heartache] (更多的孩子 · 更多的快乐 – ‘Больше детей, больше счастья’ [БКРС]) в контексте статьи о китайской паре, у которой родилась четверня. По словам женщины, узнав о том, что у нее будет четверо детей, она обрадовалась и привела настоящую паремию в качестве аргумента. Изречение обретает особый смысл в рамках отказа Китая от политики сдерживания и регулирования уровня рождаемости. Китайцы получили разрешение иметь больше одного ребенка, что перекликается с древним обычаем иметь большие семьи. Таким образом, паремия выполняет функцию репрезентации традиционного мировоззрения.

Проведенный анализ позволяет заключить, что паремии выполняют, главным образом, репрезентативную, дидактическую и прагматическую функции в текстах китайских СМИ, выпускаемых на английском языке. Учитывая направленность статей на иноязычного читателя, мы считаем, что функция репрезентации традиционных китайских ценностей выступает в качестве ведущей. Однако функционирование паремий в независимости от тематики и контекста невозможно без учета их дидактической составляющей. Таким образом, нравоучение, поощрение, ободрение, осуждение выступают также в качестве основной прагматической функции паремий в текстах англоязычных китайских СМИ.

Говоря о концептуальной составляющей паремий, мы можем заключить, что в основе всех проанализированных единиц лежат такие значимые для китайского народа понятия и принципы, как семья, гармония, сотрудничество, почтение к еде, уважительное отношение к себе и другим, стремление к саморазвитию, вера в мистику.

Анализ ценностных ориентиров, передаваемых посредством паремий, выявил, что в Китае почитаются семейные узы, коллективизм, познание и мудрость, терпение, поиск смысла жизни, вера в высшие силы.

На основании данных выводов мы можем выделить такие значимые для жителей Поднебесной аксиологические категории, как:

1. Да о, то есть ‘путь, метод, мораль’, реализуемую с целью репрезентации важнейших идей Даосизма как ведущего философского течения, заключающихся в стремлении к постижению мудрости.

2. Да тун, представляющую собой конфуцианский принцип единения и равенства как в природном, так и в социальном смысле. Из него происходит другая категория:

3. Инь и ян – известная как стремление к гармонии, равновесию сил.

4. Синь – конфуцианская категория веры, поиск божественной благодати.

5. Ч жи-синь – ‘знание и действие’, апеллирующая ценностью непрерывного самопознания и саморазвития во имя всеобщего блага [Ан, Ворсина, с. 215–216], [Титаренко, Кобзев, Лукьянов, с. 66–81].

Проведенное исследование указывает на тесную и глубокую связь современного Китая с его многовековой историей, богатой культурой и философией. Частотное цитирование этнических паремий свидетельствует о целостности и гармоничности китайского менталитета. Являясь более древней и однородной, чем западная, культура Китая продолжает оставаться актуальным источником для дальнейших исследований в различных областях литературоведения и языкознания.

Список литературы

Ан С. А., Ворсина О. А. Аксиологический ракурс универсалий китайской культурной традиции. Известия АлтГУ. 2013. №2 (78). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aksiologicheskij-rakurs-universaliy-kitayskoy-kulturnoy-traditsii> (дата обращения: 14.08.2018)

Байжанова Н. Р. О подходах к изучению пословиц. Гуманитарные науки в Сибири. 2007. № 3. С. 63–67.

Большой китайско-русский словарь. URL: <https://bkrs.info> (дата обращения: 14.08.2018)

Жуков В. П. Словарь русских пословиц и поговорок. 11-е изд, стереотип. М.: Рус. яз.; Медиа. 2004. 539 с.

Крикманн А. А. К проблематике исследования содержания и мировоззрения пословиц: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Таллинн. 1975. 54 с.

Николаева О. В., Шумэй Чень, Панина М. Е. Кросс-культурная паремология: китайские пословицы и поговорки в англоязычных китайских СМИ. Сибирский филологический журнал. 2017. № 3. С. 233–247.

Пермяков Г. Л. Пословицы и поговорки народов Востока. М.: Лабиринт. 2001. 624 с.

- Потебня А. А.* Из лекций по теории словесности: Басня, пословица, поговорка. Харьков: Тип. К. Счасни. 1894. 170 с.
- Снегирев И. М.* Русские народные пословицы и притчи. Москва: Индрик 1999. 621 с.
- Титаренко М. Л., Кобзев А. И., Лукьянов А. Е.* Духовная культура Китая: энциклопедия: в 5 т. М.: Вост. лит. 2006. Т. 1. Философия. 727 с.
- Ушаков Д. Н.* Толковый словарь русского языка Ушакова. М.: «Словарное издательство ЭТС», 1999 г. 1-е изд. URL: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=44619> (дата обращения: 14.08.2018)
- Binyong E. Yin.* 100 Commonly Used Chinese Proverbs (Gems of the Chinese Language through the Ages). English Edition. Beijing: Sinolingua Press. 1999. 202 p.
- Chengyu Dictionary.* URL: <http://www.chinese-tools.com/chinese/chengyu/dictionary> (дата обращения: 14.08.2018)
- Hameed Jamila* My memorable time in China. URL: http://www.chinadaily.com.cn/opinion/2017-10/09/content_33014537.htm
- Junqian Xu* Chef teaches Chinese about New Zealand, one scoop at a time. URL: http://usa.chinadaily.com.cn/epaper/2017-03/03/content_28424701.htm (дата обращения: 14.08.2018)
- Keqiang Li* Support to Istanbul Process. URL: http://usa.chinadaily.com.cn/epaper/2014-11/04/content_18864809.htm (дата обращения: 14.08.2018)
- Lauhakangas O.* Folklore. Estonian Literary Museum and Estonian Folklore Institute. 2010. Vol. 46. URL: <http://www.folklore.ee/folklore/authors/louti.htm> (дата обращения: 14.08.2018)
- Liji* 礼记 Chinese Text Project. URL: <http://ctext.org/liji/ens> (дата обращения: 14.08.2018)
- Liu Cecily* The hidden gems of English countryside. URL: http://africa.chinadaily.com.cn/world/2017-03/10/content_28514008.htm (дата обращения: 14.08.2018)
- Mieder W.* The Wisdom of Many: Essays on the Proverb. N. Y.: Garland Publishing. 1994. 326 p.
- Schamber K.* Doing business in China: the role of culture. URL: http://www.china.org.cn/business/2018-04/12/content_50867605.htm (дата обращения: 14.08.2018)
- Taylor A.* The Proverb. Cambridge: Harvard University Press. 1931. 223 p.
- Teens flock to temples as examination looms.* Xinhua. URL: <http://www.shanghaidaily.com/news/20080606/362206> (дата обращения: 14.08.2018)
- The Zhuangzi* 庄子, Chinese text project. URL: <http://ctext.org/zhuangzi/ens> (дата обращения: 14.08.2018)
- When more children mean misery and heartache.* Xinhua. URL: <http://www.shanghaidaily.com/nation/When-more-children-mean-misery-and-heartache/shdaily.shtml> (дата обращения: 14.08.2018)
- Xinhuanet* UNESCO chief lauds China's efforts promoting cultural dialogues along Belt and Road. URL: http://news.xinhuanet.com/english/2017-04/20/content_129554261.htm (дата обращения: 14.08.2018)
- Xinran Li* Tomb of Cao Cao, early ruler, is found. URL: <http://www.shanghaidaily.com/nation/Tomb-of-Cao-Cao-early-ruler-is-found/shdaily.shtml> (дата обращения: 14.08.2018)
- Zhuhua Liu* Black, white and foamy. URL: http://usa.chinadaily.com.cn/food/2015-06/16/content_21035044_2.htm (дата обращения: 14.08.2018)
- Zhu Zhe, Xie Yu* Making a mark in Shenzhen. URL: <http://epaper.chinadailyasia.com/asia-weekly/article-4616.html> (дата обращения: 14.08.2018)

References

- An, S. A., Vorsina O. A. (2013). *Aksiologicheskii rakurs universalii kitaiskoi kul'turnoi traditsii* [Axiological Perspective of Universals in the Chinese Cultural Tradition], *Izvestiia AltGU* [Journal of AltSU], No. 2 (78). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aksiologicheskii-rakurs-universalii-kitayskoy-kulturnoy-traditsii> (accessed: 14.08.2018). (In Russian)
- Bajzhanova, N. R. (2007). *O podkhodakh k izucheniiu poslovits* [Towards the Ways of Studying Proverbs]. *Gumanitarnye nauki v Sibiri*, No. 3, pp. 63–67. (In Russian)
- Binyong, E. Yin. (1999). *100 Commonly Used Chinese Proverbs (Gems of the Chinese Language through the Ages)*. English Edition, 202 p. Beijing, Sinolingua Press. (In English)
- Bol'shoi kitaisko-russkii slovar'* [The Big Chinese – Russian Dictionary]. URL: <https://bkrs.info> (accessed: 14.08.2018). (In Russian)
- Chengyu Dictionary.* URL: <http://www.chinese-tools.com/chinese/chengyu/dictionary> (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Hameed, Jamila. *My Memorable Time in China*. URL: http://www.chinadaily.com.cn/opinion/2017-10/09/content_33014537.htm (accessed 14.08.2018). (In English)
- Junqian, Xu. *Chef Teaches Chinese about New Zealand, One Scoop at a Time*. The China Daily. URL: http://usa.chinadaily.com.cn/epaper/2017-03/03/content_28424701.htm (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Keqiang, Li. *Support to Istanbul Process*. URL: http://usa.chinadaily.com.cn/epaper/2014-11/04/content_18864809.htm (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Krikmann, A. A. (1975). *K problematike issledovaniia soderzhaniia i mirovozzreniia poslovits: avtoref. dis... kand. filol. nauk*. [On the Studies of the Meaning and Worldview of Proverbs. Abstract of Thesis]. Tallinn, 54 p. (In Russian)
- Lauhakangas, O. (2010). *Folklore*. Estonian Literary Museum and Estonian Folklore Institute, Vol. 46. URL: <http://www.folklore.ee/folklore/authors/louti.htm> (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Liji* 礼记 Chinese Text Project. URL: <http://ctext.org/liji/ens> (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Liu, Cecily. *The Hidden Gems of English Countryside*. The China Daily. URL: http://africa.chinadaily.com.cn/world/2017-03/10/content_28514008.htm (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Mieder, W. (1994). *The Wisdom of Many: Essays on the Proverb*. 326 p. N. Y., Garland Publishing. (In English)

- Nikolaeva, O. V., Shumei Chen', Panina, M. E. (2017). *Kross-kul'turnaia paremiologiia: kitaiskie poslovitsy i pogovorki v angloiazychnykh kitaiskikh SMI* [Cross-cultural Paremiology: Chinese Proverbs in English Mass Media]. *Sibirskii filologicheskii zhurnal*, No. 3. pp. 233–247. (In Russian)
- Permiakov, G. L. (2001). *Poslovitsy i pogovorki narodov Vostoka* [Proverbs of the Eastern Folks]. 624 p. Moscow, Labirint. (In Russian)
- Potebnia, A. A. (1894). *Iz lektsii po teorii slovesnosti: Basnia, poslovitsa, pogovorka*. [From Lectures on Theory of Linguistics: Tales, Proverbs, Sayings]. 170 p. Har'kov, Tip. K. Schasni. (In Russian)
- Schamber, K. *Doing Business in China: The Role of Culture*. URL: http://www.china.org.cn/business/2018-04/12/content_50867605.htm (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Snegirev, I. M. (1999). *Russkie narodnye poslovitsy i pritchi* [Russian Folk Proverbs and Tales]. 621 p. Moscow, Indrik. (In Russian)
- Taylor, A. (1931). *The Proverb*. Cambridge, Harvard University Press. 223 p. (In English)
- Teens Flock to Temples as Examination Looms*. Xinhua. URL: <http://www.shanghaidaily.com/news/20080606/362206> (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Titarenko, M. L., Kobzev, A. I., Luk'ianov, A. E. (2006). *Dukhovnaia kul'tura Kitaia: entsiklopediia: v 5 t.* [Spiritual Culture of China: Encyclopedia in 5 Books]. Institut Dal'nego Vostoka. Moscow, Vost. Literature, b. 1. pp. 66–81. (In Russian)
- The Zhuangzi 庄子, Chinese Text Project*. URL: <http://ctext.org/zhuangzi/ens> (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Ushakov, D. N. (1999). *Tolkovy slovar' russkogo iazyka* [Thesaurus of the Russian Language]. Moscow, Slovarnoe izdatel'stvo ETS. URL: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=44619> (accessed: 14.08.2018). (In Russian)
- When More Children Mean Misery and Heartache*. Xinhua. URL: <http://www.shanghaidaily.com/nation/When-more-children-mean-misery-and-heartache/shdaily.shtml> (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Xinhuanet. *UNESCO Chief Lauds China's Efforts Promoting Cultural Dialogues along Belt and Road*. URL: http://news.xinhuanet.com/english/2017-04/20/c_129554261.htm (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Xinran, Li. *Tomb of Cao Cao, Early Ruler, Is Found*. URL: <http://www.shanghaidaily.com/nation/Tomb-of-Cao-Cao-early-ruler-is-found/shdaily.shtml> (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Zhuhua, Liu. *Black, White and Foamy*. URL: http://usa.chinadaily.com.cn/food/2015-06/16/content_21035044_2.htm (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Zhu, Zhe, Xie, Yu. *Making a Mark in Shenzhen*. URL: <http://epaper.chinadailyasia.com/asia-weekly/article-4616.html> (accessed: 14.08.2018). (In English)
- Zhukov, V. P. (2004). *Slovar' russkikh poslovits i pogovorok*. [Dictionary of Russian Proverbs and Sayings]. 11-e izd, stereotip. 539 p. Moscow, Rus. iaz.; Media. (In Russian)

The article was submitted on 24.08.2018
Поступила в редакцию 24.08.2018

Кохан Ирина Николаевна,
аспирант,
старший преподаватель,
Дальневосточный федеральный университет,
690091, Россия, Владивосток,
Суханова, 8.
irinakokhan0502@gmail.com

Kokhan Irina Nikolaevna,
graduate student,
Assistant Professor,
Far Eastern Federal University,
8 Sukhanov Str.,
Vladivostok, 690091, Russian Federation.
irinakokhan0502@gmail.com