

УДК 81'373.48-029:32'581

Б. Нечипоренко, асист.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

СУГЕСТИВНА ФУНКЦІЯ КЛІШЕ І МОВНИХ ШТАМПІВ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ КИТАЙСЬКИХ ЗМІ

Дана стаття присвячена виявленню сугестивного потенціалу кліше та мовних штампів у рамках політичного дискурсу китайських ЗМІ. В статті розглядаються функціональні та лексико-граматичні особливості зазначених мовних засобів. Стаття зачіпає питання класифікації кліше і мовних штампів, та розглядає принципи їх використання на прикладі стертих метафор та стандартизованих сталих сполук.

На межі третього тисячоліття революція в сфері комунікації та інформації створила передумову для глобальної зміни світогляду в різних галузях суспільного життя. Тож в процесі формування нового політичного мислення все більшої актуальності набувають дослідження взаємодії мови та політики. Перерозподілились політичні сили окремих держав. Все більшої політичної та економічної ваги набуває КНР. Так, для встановлення максимально продуктивного контакту з державою, а також для налагодження взаєморозуміння та досягнення консенсусу необхідно розуміти світоглядні особливості ментальних парадигм та мотиваційні установки носіїв цієї культури.

Одним із найважливіших когнітивних компонентів політичної комунікації є кліше та мовні штампи. Це пов'язано із функціонально-стилістичними особливостями комунікації – одне поняття засвоюється легше, ніж два чи кілька. Крім того, ці мовні форми стають наче проекцією ідеологічних постулатів та комунікативних намірів адресанта (своєрідною моделлю, яка свідчить про ставлення адресанта до важливих політичних питань). Така особливість вказує на значний сугестивний потенціал досліджуваних одиниць.

Під кліше в роботі, слідом за В.Н. Ярцевою, розуміються стилістично забарвлені сталі, "готові до використання, "і тому найбільш зручні для вираження змісту мовні засоби, які закарбувались в свідомості носіїв відповідної мови як сталі сполуки. В ролі кліше може виступати будь-яка змістова одиниця мови – слово, словосполучення, речення, гасло, прислів'я, тощо[4].

Е. Патрідж до кліше відносить чотири категорії сталих сполук: 1) кліше-ідіоми; 2) сталі та стереотипні висловлювання; 3) загальновідомі готові висловлювання, що прийшли з інших мов; 4) сталі літературні висловлювання[3].

Р. Епсон дає більш детальну класифікацію: 1) стерті цитати; 2) стерті метафори; 3) невід'ємний прислівник; 4) стрижневі фрази; 5) прислів'я [3].

Інші західні дослідники включають сюди різні типи фразеологічних одиниць під спільною назвою "фразеологічні кліше" і не диференціюють кліше та штампи. Проте В.Г. Костомаров чітко розмежував ці два поняття. До стандартизованих сталих сполук, кліше, він відносить всі "інтелектуалізовані" засоби вираження, що протиставляються мовним одиницям, що містять експресивне забарвлення. До штампів він відносить стерті метафори та фразеологізми [2].

Деякі російські вчені окремо виділяють такі категорії, як прагматичні кліше (Максєв І. К.) метаконікативні кліше: диктальні, спонукально-модальні, Оціночно-модальні (Стрибіжев В.В.), тощо

У цій статті розглядатимуться лише два типи стандартизованих лексичних утворень – стерті метафори та стандартизовані сталі сполуки. До першої категорії можна віднести такі штампи, як: 为...。进行奋斗 *боротись за...*; 走上...。道路 *стати на шлях...*, 摆脱...。束缚 *звільнитись від кайданів...* тощо. Ці

метафори внаслідок частого використання втратили свою образність і перетворилися на ідіоматичні сполуки зі сталою синтаксичною будовою і гнучкою лексичною варіативністю. Кожен елемент зберігає своє значення, але сприймається не окремо, а лише в сукупності з іншими компонентами.

У стандартизованих сталих сполуках кожен елемент, зберігає своє значення, розуміється та сприймається окремо, але певний іменник зазвичай використовуються тільки з відповідними дієсловом: 提供...机遇 *надати можливість*; 遵循...规则 *слідувати правилам*; 达成...共识 *досягти взаєморозуміння*; 摆脱...束缚 *звільнитись від пут*.

Проте деякі іменники можуть утворювати мовні штампи з різними дієсловами: 起...。作用 *виконувати функцію*、发生...。作用 *реалізувати функцію*、发挥...。作用 *відігравати роль*; 从...。吸取 (得出) 教训 *дістати урок*. В окремих випадках іменник може бути замінено на синонімічний зі збереженням загального значення: 冲破锁链/ 桎梏 *розбити кайдани / колодки*.

До другої категорії мовних штампів належать сталі сполуки-канцеляризми (кліше). Їх лаконічність і стала будова стилістично зумовлені комунікативними потребами мовної економії у відповідних комунікативних сферах. Сюди можна віднести такі конструкції: 对...。作出贡献 *зробити внесок у*; 把...。提上日程 *винести у порядок денний*, тощо. На відміну від штампів метафоричного походження, кліше не притаманна варіативність та образність.

В китайському політичному дискурсі найчастіше зустрічаються кліше із транзитивними напівслужбовими дієсловами, які сполучаються із віддієслівними іменниками у функції додатка: 加以分析 *провести аналіз*, 给以帮助 *забезпечити допомогу*, 生产影响 *здійснити вплив*, 进行判断 *дати оцінку* тощо. Наведені кліше використовуються замість смислових дієслів (відповідно): аналізувати, допомагати, впливати, оцінювати. Така тенденція зумовлена стилістичними чинниками – забезпечення більшої офіційності або псевдонауковості повідомлення. Таке повідомлення в очах реципієнта набуває більшої ваги і авторитетності.

Проте в деяких випадках подібна трансформація пояснюється суто граматичними вимогами – наприклад, наявність означень до віддієслівного іменника:

必须对国有企业进行战略性改组. *Необхідно провести стратегічну реорганізацію державних підприємств* [5, с. 150].

Отже, використання кліше та мовних штампів надає повідомленню відповідного стилістичного забарвлення, забезпечує певний рівень офіційності та науковості, що збільшує рівень довіри до поданої інформації.

З позицій лінгвопрагматики, мовні кліше та штампи мають значний сугестивний ефект. Вплив на свідомість реципієнта відбувається в трьох площинах:

ознак, адже в свідомості носіїв мови вони мають чітку асоціативну прив'язку до позитивного чи негативного досвіду, реального чи імплікованого.

Отже, кліше та мовні штампи в політичному дискурсі китайських ЗМІ не лише реалізують стилістичну функцію, але також мають потужний сугестивний потенціал. Дана мовна форма підсилює офіційність повідомлення і надає йому наукоподібного забарвлення, що збільшує рівень довіри реципієнтів до поданої інформації. Крім того, кліше та мовні штампи створюють у адресатів повідомлення ілюзію стабільності, впевненість, що деякі речі, знайомі та звичні, залишаються незмінними.

Мовні штампи сприяють утворенню шаблонного, стереотипного мислення, а люди з таким складом мислення схильні до примітивізації у процесі пізнання, що робить їх більш уразливими для впливів та маніпуляцій. Адже шаблонне мислення забезпечує некритичне сприйняття інформації та формування в свідомості реципієнтів примітивних ментальних стереотипів. Людина, яка мислить стереотипами, схильна сприймати світ у чорно-білому світлі, отже вразлива для впливу негативних ярликів та позитивної номінації. Таким чином, мовні штампи

Б. Нечипоренко, асист.

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев

СУГГЕСТИВНАЯ ФУНКЦИЯ КЛИШЕ И ЯЗЫКОВЫХ ШТАМПОВ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ КИТАЙСКИХ СМИ

Данная статья посвящена определению суггестивного потенциала клише и речевых штампов в рамках политического дискурса китайских СМИ. В статье рассмотрены функциональные и лексико-грамматические особенности особенностей указанных речевых форм. Статья касается вопроса классификации клише и речевых штампов, на примере стёртых метафор и стандартизованных клише рассматривает принципы их использования.

B. Nechyporenko, teaching assistant

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

SUGGESTIVE FUNCTION OF LANGUAGE CLICHÉS IN POLITICAL DISCOURSE OF THE CHINESE MEDIA

This article is devoted to the suggestion function of clichés and hackneyed phrases within the political discourse of the Chinese media. In particular, it touches upon the stylistical, grammatical and lexicological peculiarities. The functioning of clichés and hackneyed phrases is analysed through the dead metaphor and standardized set phrases.

УДК 811.521

О. Озерська, канд. пед. наук, доц.

Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди, Харків

БАР'ЄРИ У МІЖКУЛЬТУРНІЙ ДІЛОВІЙ ЯПОНСЬКО-ЗАХІДНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

У статті наведено приклади лінгвістичних і паралінгвістичних особливостей ділової японської мови, зокрема, їх порівняння з англійською мовою. Розглянуто комунікативні ситуації ділової міжкультурної взаємодії японців і західних партнерів. Підкреслено, що подолання бар'єрів у міжкультурній комунікації сприятиме більш глибоке розуміння специфіки японської мови, а також урахування соціокультурних чинників, які формують національний характер японців.

Останнім часом проблема міжкультурної комунікації є надзвичайно актуальною, оскільки в умовах сучасної світової інтеграції в усіх галузях суспільства постала проблема виховання терплячості і поваги до чужих культур, пробудження зацікавленості до них, подолання взаємних протиріч, намагання знайти спільне або зрозуміти і надати пояснення фактам і явищам, характерним для інших культур.

Ділова міжкультурна комунікація має низку специфічних рис. Як відомо, невід'ємною складовою ділового спілкування є мовна культура фахівця, володіння на належному рівні її літературними нормами у галузі економіки, організації і планування виробництва. Але ж в умовах приналежності ділових партнерів-співрозмовників до різних культур, крім їх професійної компетентності, мовної майстерності, необхідне розуміння певних соціокультурних чинників, які визначають поведінку партнерів-представників інших культур.

Оскільки Японія є однією з економічно розвинутих країн світу, міжкультурна ділова комунікація японців з

набувають аксіологічної ваги і впливають на індивідуальну оцінку реципієнта.

Список використаних джерел

1. Бендлер Р., Гриндер Д. Шаблоны гипнотических техник Милтона Эриксона с точки зрения НЛП. – Симферополь, 2008.
2. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка современной газетной публицистики. – М., 1971.
3. Ларина Т.С. О некоторых определениях клише зарубежными учеными // вестник Московского университета. – 1975. – сер. XI. – С. 36.
4. Лингвистический энциклопедический словарь/ Под ред. В.Н. Ярцевой. – М., 1990.
5. Никитина Т.Н. Грамматика китайского публицистического текста. Санкт-Петербург, 2007г.
6. Слухай Н.В. Лингвистичне програмування поєдинки людини: навчально-методичний посібник. – К., – 2010 с.
7. 中国共产党新闻: 在中国共产党第十六次全国代表大会上的报告 <http://cpc.people.com.cn/GB/64162/64168/64569/65444/4429123.html>
8. 青年军事: 中美两军良性互动"钥匙"在哪 http://youth.chinamil.com.cn/qnht/2012-08/30/content_5010848.htm
9. 东北新闻网: 把社会效益放在首位——四轮推进辽宁文化强省建设 <http://liaoning.nen.com.cn/liaoning/312/3567312.shtml>
10. 内蒙古广播网: 胡锦涛: 改革开放是决定当代中国命运的关键抉择 <http://www.nmrb.cn/Article/200810/20081018114739.html>, <http://www.nmrb.cn/Article/200810/20081018114739.html>.

Надійшла до редколегії 08.10.12

представниками інших країн світу є необхідною засадою для успішного ведення бізнесу у цій країні. Однак у міжкультурній діловій японсько-західній комунікації існують мовні та культурні бар'єри. Ділове спілкування може бути дуже складним і навіть безрезультатним у випадку відсутності знань культурних особливостей одного з партнерів, тим більше, що представник однієї з ділових сторін, зазвичай, спілкується мовою партнера. Чим вище рівень оволодіння іноземною мовою партнера, тим більш адекватні ділові переговори. Переважно саме японці знаходяться у менш вигідній ситуації, оскільки найчастіше ведуть перемовини англійською мовою – мовою інтернаціонального ділового спілкування. І тому вони, як правило, сприймають реалії ділової комунікації через власне сприйняття ситуації.

Метою даної статті є висвітлення певних бар'єрів, які виникають у процесі міжкультурної ділової комунікації партнерів з Японії і країн Заходу, що ускладнює ведення ділових перемовин, створює непорозуміння і заважає успішному веденню бізнесу з обох сторін.

© Озерська О., 2013