

Секция «Лингвистика: Когнитивные и лингвокультурные аспекты иноязычной коммуникации»

Когнитивно-метафорическое исследование китайских пословиц в российском масс-медийном пространстве

Научный руководитель – Николаева Ольга Васильевна

Люй Цзинвэй

Аспирант

Дальневосточный федеральный университет, Восточный институт - Школа региональных и международных исследований, Владивосток, Россия

E-mail: 1185902473@qq.com

Статья посвящена когнитивно-метафорическому исследованию китайских пословиц, появившихся в масс-медийном пространстве российских газетных СМИ. Метафоризация основана на взаимодействии двух структур знаний — структуры «источник» и структуры «цели», то есть «source domain» и «target domain», в процессе метафоризации происходит метафорическая проекция. В качестве метафорической речи, пословица одновременно имеет как буквальный план, так и переносный план, пословица представляет собой когнитивный способ, метафорические значения пословиц широко известно людям. С развитием межкультурной коммуникации, китайские пословицы входят в российскую культуру, некоторые метафоры китайских пословиц прямо восходят к фольклору народа, а с другой стороны, есть пословичные метафоры структурируются с помощью трансформаций. В том числе, одна пословичная метафора может быть употреблена в разных структурах «цели». Цель статьи — выделять основные метафорические типы китайских пословиц, встреченных в российском масс-медийном пространстве, анализировать их когнитивные характеры. Материалами послужат китайские пословицы с метафорами в российских газетных дискурсах. Делается вывод о том, что кроме культурного значения, в масс-медийном пространстве китайские пословицы обладают когнитивной функцией, они отражают образ мышления человека, мировоззрение и образ наследия культуры.

Ключевые слова: китайские пословицы, метафора, когнитивные характеры, масс-медийное пространство