КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет сходознавства

Кафедра китайської філології

Кваліфікаційна робота з філології на тему:

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ТА ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО КИТАЙСЬКОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ ПРОМОВ ДЖЕКА МА)

Студентки групи ЗМПкит 57-20

факультету сходознавства

заочної форми навчання

з освітньо-професійної програми

Галузевий переклад: китайська мова, англійська мова

Спеціальності 035 Філологія

Мигрин Тетяни Миколаївни

Науковий керівник:

д. філол. наук, проф. Валігура О. Р.

Допущена до захисту

“___”_____ 2021 року

Завідувач кафедри

_____ *Любимова Ю. С.*

(підпис) *(ПІБ)*

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Київ – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП 3

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО КИТАЙСЬКОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ 9

1.1 Розвиток функційної стилістики у Китаї 9

1.2 Визначення публіцистичного дискурсу в сучасному мовознавстві. 16

1.3 Основні характеристики китайськомовного публіцистичного дискурсу 22

Висновки до розділу 1 30

РОЗДІЛ 2 МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА АНАЛІЗУ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ТА ГРАМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУЧАСНОГО КИТАЙСЬКОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ 33

2.1 Основні підходи до дослідження публіцистичного дискурсу 33

2.2 Методологія дослідження лексико-семантичних та граматичних особливостей публіцистичного дискурсу у виступах Джека Ма 39

Висновки до розділу 2 49

РОЗДІЛ 3 ФУНКЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ТА ГРАМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУЧАСНОГО КИТАЙСЬКОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ 51

3.1 Специфіка та способи вираження лексико-семантичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу 51

3.2 Специфіка та способи вираження граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу 61

Висновки до розділу 3 75

ВИСНОВКИ 77

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 80

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ 85

ДОДАТКИ 86

简评 102

ВСТУП

Оскільки зусилля щодо практичної реалізації політики реформ та відкритості постійно зростають, то швидкий економічний розвиток КНР та посилення участі в міжнародних справах укріпили статус Китаю на міжнародній арені. З розвитком активної співпраці з іншими країнами світу, китайське суспільство на чолі з всесвітньо відомими особистостями привертає до себе все більше уваги з боку міжнародної спільноти, у тому числі й України.

Публіцистичний стиль поширений у всіх мовах світу. Наразі цей стиль є інструментом впливу на великі групи людей. Публіцистичні тексти описують реальний світ, факти та події, які відбуваються або відбувались колись, ці тексти не тільки інформують читала чи слухача, але певним чином впливають на нього за допомогою багатства виражально-зображальних засобів та граматичних аспектів.

До текстів публіцистичного стилю також належать промови та виступи особистостей, які за допомогою “сили” мови мають на меті вплинути на велику кількість людей. У цьому дослідженні ми будемо брати за приклад промови відомого китайського бізнесмена 马云 Джека Ма.

Публіцистичному стилю сучасної китайській мови притаманні, на думку професора В. І. Горєлова, такі мовні норми: власні назви політичного характеру, підвищена ідіоматичність, емоційно-забарвлена лексика, спрощення синтаксису, прямий порядок слів у реченні, суспільно-політична та термінологічна лексика, використання веньянізмів (Горелов, 1979, с. 58).

У публіцистичному дискурсі чітко простежуємо стилістичне протиріччя, спричинене дискурсивними завданнями: з одного боку документалізм у передачі інформації, який вимагає стриманості, фактографічності, стандартизованості, а з іншого – устремління маніпулювати, формувати запрограмоване ставлення до подій, і звідси образність, виразність, експресивність мови. Саме тому публіцистичний

стиль неоднорідний за своїми стилістичними прикметами, він поєднує риси наукових текстів з особливостями художньої літератури. Усе це потрібно, щоб тексти публіцистичного стилю могли належним чином подіяти на слухача або читача і тим самим виконати функцію впливу,

Таким чином, виступ чи промова мають за собою певну стратегію. Дискурсивна стратегія розуміється нами як комплекс мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети, сформованої в процесі мовної діяльності під впливом мотиву, який у свою чергу, обумовлений відповідною аргументованою потребою.

Дискурсивні стратегії у публіцистичному дискурсі поділяються, на прямі та непрямі залежно від вектора адресованості та вибору тактик реалізації мовної стратегії (Троицкая, 2008, с. 99).

Мова тісно пов’язана з культурою країни, так само й особливості публіцистичного стилю мають тісний зв'язок з культурою та історією країни. На вибір дискурсивної стратегії та тактик впливає культорологічний фон мовця та людей, на яких спрямована стратегія. У Китаї у промовах та виступах високого рівня прийнято доносити думку “завуальовано”, тим самим опосередковано і невідчутно впливати на публіку.

Розуміння та освоєння культурних підтекстів у публіцистичному стилі має велике значення у сприянні міжнародним культурним обмінам у сучасному мультикультурному суспільстві.

Актуальність дослідження зумовлена зростаючим науковим інтересом до сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу загалом та необхідністю детального вивчення використання лексико-семантичних та граматичних засобів публіцистичної комунікації у прояві публічних виступів діячів різних сфер. Саме цей факт зумовлює необхідність у проведенні цього лінгвістичного дослідження.

Метою дипломної роботи є дослідження специфіки лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу:

Поставлена мета передбачає рішення таких **завдань**:

- дослідити теоретичні засади вивчення сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу;
- сформувати методологічну базу аналізу лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу;
- виявити специфіку та способи вираження лексико-семантичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу;
- визначити специфіку та способи вираження граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу;

Об'єктом дослідження є сучасний китайськомовний публіцистичний дискурс.

Предмет дослідження – лексико-семантичні та граматичні особливості сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу.

Матеріалом дослідження послугували промови відомого китайського підприємця Джека Ма, що були відібрані з китайських сайтів методом суцільної вибірки: 1) урочиста промова Джека Ма до церемонії випускників бакалавріату Нью-Йоркського університету в Шанхаї 2020 року; 2) мотиваційна промова Джека Ма в Нью-Йорку 2015 року; 3) урочиста промова Джека Ма на фінансовому саміті Bund Summit 2020 у Шанхаї 23-25 жовтня 2020 року.

Методи дослідження. Задля успішного досягнення мети та завдань дослідження ми скористалися низкою методів, серед них: *загальнонаукові методи* (дедукція, індукція, аналіз, синтез); а також *низка спеціальних лінгвістичних методів*, що включають: *метод функційного аналізу*, який дав змогу детально дослідити лексико-семантичні та граматичні особливості публіцистичного дискурсу; *дескриптивний метод* послугував для опису досліджуваних мовних явищ та одиниць; *порівняльно-історичний метод* допоміг розтлумачити сенс вживаних мовних елементів; *метод компонентного аналізу* – для ретельного розгляду значення лексико-

семантичних одиниць у промовах Джека Ма; *зіставний метод* послугував для ідентифікації специфічних подібних та відмінних рис на будь-яких рівнях двох мов; *стилістичний метод* мав на меті виявити особливі мовні риси, що притаманні публіцистичному стилю; *контекстуально-інтерпретаційний метод* – для виявлення комунікативної мети при застосуванні певних лексико-семантичних та граматичних одиниць; *дискурсивний метод* допоміг обґрунтувати позицію перекладача щодо вибору типу перекладу: від буквального – "слово у слово" до еквівалентного – "смисл смислом".

Метод суцільної вибірки був використаний для пошуку та збору необхідного матеріалу дослідження, що включає наукові статті, промови Джека Ма та яскраві приклади для відображення практичних результатів нашої роботи.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що досліджено лексико-семантичні та граматичні особливості сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу на матеріалі промов Джека Ма.

Проаналізовано теоретичні засади вивчення сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу;

Сформовано методологічну базу аналізу лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу;

Виявлено специфіку та способи вираження лексико-семантичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу;

Визначено специфіку та способи вираження граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу.

Практичне значення дипломної роботи полягає у можливості майбутнього використання отриманих результатів дослідження щодо лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу в таких навчальних дисциплінах як "Китайська мова", "Стилістика сучасної китайської мови",

“Лексикологія китайської мови”, “Теорія і практика двостороннього перекладу з китайської мови”, “Практична та теоретична граматика китайської мови”, “Методика викладання китайської мови як іноземної” та спецкурсів із перекладознавства та стилістики. Практичні результати проведеного дослідження сприяють покращенню базових знань з китайської мови з вищезазначених наукових дисциплін.

Матеріали практичного дослідження можуть також бути застосовані для складання навчальних посібників з китайської мови, а також можуть використовуватись на заняттях з міжкультурної комунікації.

Апробація результатів дослідження здійснювалася у Київському національному лінгвістичному університеті на Міжнародній науково-практичній відеоконференції “AD ORBEM PER LINGUAS. ДО СВІТУ ЧЕРЕЗ МОВИ”, що проходила 13-14 травня 2021 року. Тези доповіді “Дискурсивні стратегії у публіцистичному стилі сучасної китайської мови (на матеріалі промов Джека Ма)” надруковано у збірнику матеріалів Міжнародної студентської науково-практичної відеоконференції “СВІТ ЦІННОСТЕЙ І ЦІННОСТІ У СВІТІ”, 2021 рік, с. 134-135.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів і висновків до кожного з них, загального висновку, списку використаних джеред, джерел ілюстративного матеріалу, додатків та резюме.

У **вступі** обґрунтовано вибір теми, розкрито її актуальність, визначено мету, завдання, об'єкт та предмет дослідження, розкрито наукову новизну дослідження, теоретичне та практичне значення.

У **першому розділі** розглядаються теоретико-методологічні засади дослідження публіцистичного дискурсу, надано загальне уявлення про розвиток функційної стилістики у Китаї, визначено поняття публіцистичного дискурсу в сучасному мовознавстві, виділено основні характеристики сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу.

У **другому розділі** сформовано методологічну базу аналізу лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу.

Третій розділ присвячено функційному аналізу, а саме дослідженню специфіки та способів вираження лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу на матеріалі промов Джека Ма.

У загальних висновках підбито підсумки основних результатів проведеного дослідження лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу.

Список використаних джерел включає складається із 71 позицій, з них 19 – іноземними мовами. **Список джерел ілюстративного матеріалу** містить список онлайн презентацій промов Джека Ма, відібрані фрагменти з яких лягли в основу практичного розділу нашої роботи.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО КИТАЙСЬКОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

1.1 Розвиток функційної стилістики у Китаї

Функційна стилістика обов'язково присутня у розвинутій культурі мови як потреба соціуму в обслуговуванні мовними засобами тієї чи іншої сфери діяльності. В даний час функційна стилістика розглядається як окрема наука, що виділилася зі стилістики. Однак теорія функційної стилістики розвивається лише останні 60 років.

Спільність функційних стилів виникає і за допомогою мовних засобів, які не обов'язково належать до якогось одного певного стилю. Можна лише проаналізувати, які саме мовні засоби властиві певному стилю і часто в ньому використовуються. Можна відзначити, що функційний стиль розвивається відповідно до розвитку потреб людської комунікації, причому не тільки за рахунок багатозначності мовних одиниць і багатофункційності мови, а й за рахунок інших мовних процесів, наприклад запозичень з інших мов.

У китайській філологічній науці існують чотири терміни для позначення поняття "стилістика": 修辞学 xiūcíxué, 文体学 wéntǐxué, 风格学 fēnggéxué, 辞章学 cízhāngxué. В ці терміни вкладено різний зміст, таким чином межі філологічних дисциплін, що позначають ці терміни хиткі, розпливчасті і до цих пір не мають чіткого формулювання.

Визначення терміну 修辞学 xiūcíxué – стилістика, й суміжних з ним поняттями в китайському мовознавстві тісно повязане з вивченням різних напрямків китайської мови, історії та літератури. В словнику 新生词典 подається декілька варіантів визначення цих понять:

修辞学 xiūcíxué – стилістика, як вчення про художні засоби і композиційні прийоми мови. Це найбільш поширений термін, що має широке застосування в лінгвістиці.

文体学 wéntǐxué – стілістика як вчення про стилі мови. Зазвичай вживається в значенні вчення про функційні стилі загальнонародної мови.

风格学 fēnggéxué – стилістика як вчення про стилі творів літератури.

辞章学 cízhāngxué – стилістика як філологічна галузь науки, що включає питання як лінгвостилістики, так і стилістики художньої літератури (Горелов, 1984, с. 77).

Дослідження функційної стилістики в китайській мові почалося давно і триває до теперішнього часу. Китайці як нащадки стародавньої китайської цивілізації по-своєму інтерпретують теорію функційних стилів. Вони об'єднують результати дослідження цієї науки різних часів та країн, наближаючись таким чином до всебічного опису матеріалу китайської мови. Знайомство з історією стилістики та функційних стилів допоможе нам проаналізувати сучасний стан дослідження китайських лінгвістів, зрозуміти критерії класифікації функційних стилів.

Вперше термін “стилістика” з'явився у китайській мові у праці І Цзін (“Книга змін” – одна з книг конфуціанського П'ятикнижжя, написана в кінці династії Шан – початку династії Чжоу від 19 ст. до н.е. – 20 ст. до н.е.). Сучасне значення термін “стилістика” отримав у праці “Лонсінь Дяовень” (Літературний розум і різьблення драконів) теоретика Лю Се (465-520 рр.). У ньому розглядалися 59 жанрів, в тому числі і 44 різновиди, що стосуються службового листування. Китайський учений Чень Куй (1128-1203 рр.) створив першу в історії Китаю монографію про стилістику “Веньцзе”. У ній він продемонстрував системну структуру стилістики, досліджував текстову категорію, виділив жанри і риторичні фігури, властиві китайській мові, проаналізував граматичні особливості деяких жанрів, розділив стилістику на “негативну” і “позитивну”. Негативна стилістика показує природні правила і

наукові поняття, позитивна ж стилістика висловлює духовний світ людини. Дослідження Чень Куй відрізняється детальністю і має високу наукову цінність.

Однак поняття “функційний стиль” в Стародавньому Китаї не існувало, не було чіткого опису конкретних мовних засобів, що використовуються в конкретному стилі, але багато поетів і літературознавців відзначали наявність декількох жанрів, що відрізняються один від одного.

Детальне дослідження стилістики у Китаї почалося на початку XX століття. Тоді китайські філологи вперше познайомилися з досягненнями європейських колег. У першій половині цього століття з'явилося багато китайських вчених, які отримали вищу освіту за кордоном (в більшості випадків в Європі і Японії). Вони отримали нові знання і стали застосовувати їх в сучасних китайських науках. Результатом цього процесу стало переосмислення теоретичних основ китайської стилістики. Праці були спрямовані в трьох напрямах досліджень: перший – запозичення досвіду японських лінгвістів, другий – перенесення деяких положень західної лінгвістичної традиції, третій – створення власних досліджень в області стилістики.

Стилістика дає семантичний опис сукупності стилістичних фактів і явищ сучасної китайської мови. Такий синхронний, а тому в нашому випадку, нормативний опис має наукове і практичне значення. З боку теорії стилістика розкриває суть пізнавальної діяльності мови та її естетичного значення. З боку практики стилістика виокремлює стилістичні засоби мови необхідні для правильної передачі інформації залежно від ситуації мовлення (Молчанова, 1976, с. 43). Спираючись на орфоепію, фонетику, лексикологію і граматику, стилістика дотримується свідомого використання правил, визначає, наскільки засоби мови відповідають нормам, завданням і сфері спілкування. Мовні норми встановлюються при цьому диференційовано для кожного стилю і визначаються на базі вивчення мовного матеріалу, який реалізує саме цей стиль.

Стилістика китайської мови як один з розділів мовознавства грає важливу роль при вирішенні багатьох лінгвістичних питань. Тому правильне тлумачення окремих мовних явищ може бути знайдене саме в поєднанні стилістики з іншими дисциплінами, тобто, в точці їх взаємного дотику. Розвиток науки в останній період якраз і характеризується вивченням суміжних сфер. У результаті виникають нові галузі наукових знань.

Праця Чень Вандао (1932) написана на основі досліджень японських лінгвістів, однак у ньому чимало власних наукових думок. Чень Вандао успадкував та розвивав напрям досліджень, розпочатий у працях Вана Чжусюя часів династії Юань. Приділяється велика увага традиційним стилістичним фігурам: метафорі, гіперболі, порівнянню та іншим. Також в роботі наводиться аналіз методів до опису стилістичних фігур у східній і західній лінгвістиці. Це дослідження мало великий вплив на подальший розвиток стилістики китайської мови (Зограф, 2008, с. 58).

У 1935 році вийшла праця Вана Чжен "Стилістика гоюй", де йдеться про те, що стилістика китайської мови обмежується дослідженням особливостей нормативної писемної мови і не відображає особливостей усного мовлення (Зограф, 2008, с. 60). Загальний вміст роботи співвідноситься з основними тенденціями мови тієї епохи.

З 1949 року після утворення Китайської народної республіки, стилістика як наука також отримала новий розвиток. Положення, викладені в працях зі стилістики китайської мови, багато в чому переплітаються з положеннями, поданими в працях з дослідження граматики. У китайській мові як у мові ізолюючого типу питання граматики, стилістики та логіки переплітаються набагато тісніше, ніж у західних мовах. Це твердження підтримало наукове співтовариство Китаю, адже наукові дослідження в китайському мовознавстві виходили з вимог вживання слів залежно від середовища їх існування, що включає в себе стиль тексту. У 1951 році була видана книга Люй Шусян і Чжу Десі "Лекції зі стилістики та граматики" (Кожина, 2003, с. 233). Спочатку вони були розраховані на широке коло

читачів і містили велику кількість прикладів з детальним аналізом типових помилок в стилістиці китайської мови. У 1953 році Люй Шусян опублікував працю під назвою "Як вивчати граматику", що була розрахована на масового читача та була доповнена вправами та контрольними запитаннями. Разом з Дін Шеншу та Лі Жуном він написав "Лекції з граматики сучасної китайської мови" (1963). Люй Шусян, автор праць "Службові слова веньянь", "Займенники в новокитайській мові", "Популярні розповіді про мову" – також активний учасник дискусій з різних питань китайського мовознавства: про частини мови, про підмет і додаток, про просте і складне речення, про принципи і методи дослідження граматики, про принципи синтаксичного аналізу. У 1961 році китайські лінгвісти Люй Шусян і Чжан Чжигун опублікували на сторінках журналу "Чжунго Юйвень" статті, присвячені загальним питанням стилістики китайської мови.

Хоча на початку XX століття в китайській стилістиці не було поняття “функційний стиль”, китайські вчені вже почали розділяти тексти за різними критеріями. Незважаючи на те, що спроби дослідження стилістики здійснювалися, в китайській науці все одно не було чіткого визначення понять “жанр”, “манера”, “стиль”, “писемність”, “усне мовлення” та ін. Вчений Цай Юаньпей виділив термін “утилітарні стилі”, який до цих пір використовують в значенні “сукупність наукового, офіційно-ділового, публіцистичного, політичного та інших стилів з документальним забарвленням”. Крім того, розподіл стилістики на негативну і позитивну також мав велике поширення серед інших китайських стилістів. Можна сказати, що початок XX століття став розквітом китайської стилістики.

Політична ситуація середини XX століття характеризувалася тісною співпрацею КНР з СРСР. Багато радянських вчених відправлялися до Китаю, щоб допомогти китайцям створити наукову систему; китайські вчені також залучали радянські технології, активно досліджували наукові праці радянських колег.

У 80-х рр. XX століття стилістика китайської мови знову почала бурхливо розвиватися. Низка молодих учених стали вивчати стилістику з різних точок зору. Одні більш глибоко досліджували природу стилістичних фігур, інші зайнялися всебічним дослідженням питань стилістики сучасної китайської мови; досліджувалися стилі творів сучасних китайських письменників, вивчалися питання практичного застосування стилістики з метою навчання і підвищення культури мовлення, досліджувалися особливості написання статей, стилістичних жанрів і стилістичних функцій в рамках так званої функційної стилістики; вивчалися стилістичні та граматичні особливості розмовної мови та інше (Ван Ляо-и, 1954, с. 78).

Наймасштабнішою і найбільш впливовою лінгвістичної типологією текстів можна вважати функційно-стильову. Виходячи з думки про первинність змісту, функційна стилістика розглядає стиль як змістовну форму. Стилі формуються в мові, так як усвідомлюється специфіка їх змістовної сторони та кожної сфери спілкування, пов’язаної з певним видом діяльності (гносеологічної, естетичної, комунікативної та інших), і розробляються на практиці комплекси форм і функцій, які служать для вираження найбільш повного змісту тексту. Крім того, функційна стилістика розглядає стиль як систему статистичного характеру, де реалізується діалектичний закон переходу кількості в якість, і відмінності між стилями виражаються не тільки в наявності різних якісних ознак, але і в різних кількісних проявах відносно загальних ознак. Традиційна ж стилістика вивчала стилі переважно з якісної сторони і прагнула до того, щоб опис стилю був розширеним списком стильових засобів мови. Вона розглядає тексти не з одного боку, а в сукупності їх змістових і формально-мовних властивостей. При цьому кожен текст втілює в собі ознаки функційного стилю в найбільш повному вигляді. З цієї точки зору можемо зазначити, що функційний стиль – це тип тексту. В стилістиці приділяють велику увагу функційному аспекту. Однією з функцій стилістики є підвищення виразності мови і мовлення, а функційний стиль є аспектом мовлення в залежності від

якого змінюються засоби виразності, в функційному стилі мовні одиниці розглядається з точки зору їх функціонування у мовленні, як усному так і письмовому.

У 80-х рр. XX століття китайські вчені дають свої визначення функційного стилю.

У зв'язку зі складністю діяльності людського суспільства, як вважає Ван Дечун, люди спілкуються в різних соціальних сферах і різних ситуаціях комунікації, формують серії особливостей мовних ресурсів – це і є функційні стилі. Функційний стиль – це сукупність особливостей загальнонародних мовних ресурсів. Лінгвіст Е Ліньхай також стверджує, що функційний стиль – це механізм використання мови, це сукупність особливостей мовних і екстралінгвістичних чинників при використанні загальнонародної мови під впливом обмежень різних соціальних ситуацій.

Лінгвіст Тун Цінбін вперше зробив спробу системного вивчення китайських функційних стилів. Він вважав, що класифікація стилів залежить від часу створення тексту (древній/сучасний), району його створення (діалектні особливості), соціальних особливостей автора і адресата (соціальні діалекти; професії, вік, стать, рівень освіти і т. д.), сфери спілкування (офіційний, неофіційний, письмовий і усний), функції (художній, рекламний, публіцистичний, науковий, офіційний, діловий, юридичний та ін.), індивідуальності автора (психологічних особливостей особистості). Тун Цінбін назвав свою теорію “Бяньті” (в значенні “різновиди стилів”) (童庆炳, 2012, с. 103).

Головний редактор журналу “Тушу Фасін Яньцзіу” (“Дослідження з видавничої справи”) Сюй Чжаосюнь у праці “Веньті Феньлей Цяньтань” (“Обговорення жанрової категорії”) (1986) ділив стилі на два різновиди: художню літературу (в ній він виділив жанри поезії, драми, прози) і нехудожню літературу (публіцистичний, повсякденний та критичний жанри).

Китайські лінгвісти прийшли до єдиної думки про те, що при класифікації функційних стилів обов'язково потрібно звертати увагу на ситуацію, в якій робиться повідомлення, та ціль комунікації. При розгляді конкретного стилю спочатку визначають мету і зміст комунікації, потім аналізують граматичні особливості. Шень Чжаочжень стверджує, що, коли використовують мову для комунікації, мовні засоби повинні відповідати меті, змісту і місцю комунікації.

У будь-якому функційному стилі існує баланс між мовними засобами та екстралінгвістичними факторами, це явище називається стійкістю функційного стилю. Якщо цей баланс порушений, то учасник комунікації відчуває певну невідповідність. Саме ця стійкість робить можливим взаєморозуміння між адресантом та адресатом.

Таким чином, дослідження стилістики китайської мови пов'язане з великою кількістю методологічних труднощів. Залучення результатів іноземних вчених не завжди дає чіткі результати на матеріалі китайської мови. В останні роки в китайській науці з'являються власне китайські стилістичні теорії, створені вітчизняними вченими на автентичному матеріалі.

1.2 Визначення публіцистичного дискурсу в сучасному мовознавстві

Стрімкий економічний розвиток та активна співпраця країн світу сприяє міжнародній комунікації, що посилює інтерес суспільства до актуальних подій та новин. З появою мережі Інтернет, людство почало черпати інформацію саме звідти, тому розширилися рамки і способи впливу на маси.

Публіцистичний стиль поширений у всіх мовах світу. Він зазнав суттєвих змін, відколи інтегрувався з мережею Інтернет. Цей стиль часто використовують у найрізноманітніших сферах: політична, економічна, культурно-освітня тощо. Саме за допомогою нього держава веде комунікацію

з громадянами через ЗМІ, підприємсва розширюють свій економічний вплив, а публічні фігури розвивають свою кар'єру.

Медіа як технологічний феномен виступає в ролі інформаційно-комунікативного (комунікаційного) каналу, при посередництві якого інформація стає доступною тому чи іншому адресату. До особливих, спеціалізованих інформаційно-комунікативних каналів, покликаних суспільством технічно і технологічно забезпечувати процес масової комунікації, забезпечувати оповіщення, негайне поширення і доставку соціально значущої інформації до найширшої аудиторії.

Наразі публіцистичний стиль є інструментом впливу на великі групи людей, який супроводжує нас всюди, тому на нашу думку, надзвичайно важливим та актуальним є дослідження публіцистичного дискурсу в сучасному мовознавчому аспекті.

Під час детального вивчення публіцистичного дискурсу, перш за все, необхідно дати визначення таким поняттям: "публіцистика" та "дискурс".

Слово "публіцистика" походить від латинського слова *publicus* та означає "громадський". Це суспільно-політична література на сучасні актуальні теми.

За словником лінгвістичних термінів О. С. Ахманової (2004, с. 364), "публіцистичний" походить від англійського *social-political* та трактується як характерний для літературної мови стиль, що транслює суспільно-політичні питання.

Російський мовознавець С. І. Ожегов (1954, с. 451) визначає публіцистику як літературу по актуальним суспільно-політичним питанням сучасності, поточного життя громадськості.

Слово "дискурс", у свою чергу, походить від французького слова – *discours* (публічна промова, діалогічне мовлення), а у англійській має значення "суспільного виступу, міркування". У працях сучасних західних мовознавців, поняття "дискурс" часто розглядається у значенні "мовлення".

Видатний французький лінгвіст Еміль Бенвеніст був одним із перших в історії, хто розглядав дискурс в аспекті мовлення. Відповідно до його концепції дослідження “теорії дискурсу як прагматизованої форми тексту, дискурс розглядався як реальний вияв мовлення, як текст, узятий у подвійному аспекті, як мовлення, занурене в життя” (Клименко, 2009). Таким чином, Е. Бенвеніст розглядає тлумачення дискурсу як складне явище комунікації, що включає в себе текст та позамовні чинники (мотиви, мету, настанову декламатора).

Нідерландський мовознавець Т. ван Дейк (2013, с. 35) дає таку дефініцію поняттю: “Дискурс у широкому розумінні є складним поєднанням мовної форми, значення й дії, яку найкраще можна схарактеризувати через поняття комунікативної події чи акту”.

Американський лінгвіст Г. Кук у своїй монографії “Рекламний дискурс” теж дотримується думки, яку раніше видвинув Е. Бенвеніст. Вчений розглядає дискурс як міцну взаємодію тексту та контексту (Cook, 1992, с. 1). Г. Кук вважає, що досліджувати текст та притаманні йому особливості важливо ізольовано від контексту, оскільки контекст охоплює більш широкі рамки дискурсу, куди відносимо прагматичні, лінгвістичні та екстралінгвістичні чинники, такі як: фізичний носій тексту, музика і графіка (відеоряд), парамова (міміка, жести, параграфеміка), ситуація (стосунки між людьми та індивідуальне сприйняття понять учасників комунікації), со-текст (попередній та наступний проголошені тексти як елементи одного дискурсу), інтертекст (різновид тексту, що відноситься до іншого дискурсу, але має зв’язок з конкретним текстом і впливає на сприйняття останнього), учасники комунікації (відправник, адресант, одержувач, адресат) і т. д.

Такої ж думки дотримується українська вчена Л. П. Нагорна (2005, с. 15), за її визначенням дискурс є функційним стилем мови, що включає не лише мовленнєву діяльність, але й поведінку, що базується на колективно-діяльнісному фундаменті.

Дискурс, як вважає М. Р. Макаров (2003, с. 8), – це об’єктивно існуюча, вербальнознакова побудова, що супроводжує процес соціально-значущої людської взаємодії.

Лінгвіст С. І. Виноградов (1996, с. 139) дає таке тлумачення: “дискурс – це завершена комунікативна подія, що полягає у взаємодії учасників комунікації за допомогою вербальних текстів та/або інших знакових комплексів в певній ситуації і певних соціокультурних умовах спілкування”.

У свою чергу М. Шретер трактує дискурс як складну послідовну сукупність текстів певної тематики, складники якої набувають дискурсивного зв’язку (Girnth, 2002, с. 76). Під терміном “дискурсивності” дослідниця розглядає комплекс структурованих текстів у межах певного дискурсу, їх тематичну приналежність. Тобто, сукупність текстів суспільно-політичної тематики складатимуть публіцистичний дискурс.

Російська дослідниця В. Є. Чернявська (2001, с. 14-16) пропонує узагальнити поняття “дискурсу” до таких двох основних видів:

1) “конкретна комунікативна подія, зафіксована у тексті й усному мовленні, що здійснюється у конкретному когнітивно зумовленому комунікативному просторі”.

2) “сукупність тематично співвіднесених текстів”.

Розглянувши терміни “публіцистика” та “дискурс”, можемо переходити безпосередньо до детального розгляду публіцистичного дискурсу в мовознавчому аспекті.

Публіцистичний дискурс має потужний регулятивний потенціал, тому його дослідження в межах теорії мовленнєвого впливу, що вивчає засоби і стратегії оптимізації процесу спілкування, є актуальним.

Публіцистичний дискурс є “дистантною формою комунікативної діяльності інституціонального та когнітивного характеру, основними учасниками якої є представники засобів масової інформації як соціального інституту та масова аудиторія. Саме публіцистичному дискурсу, у якому суб’єкту приписується найбільш еластична соціальна роль (виражати, тією

чи іншою мірою, інтереси соціуму), належить домінантна роль у сучасному світі" (Новохачева, 2005, с. 11).

Як зазначає А. П. Загнітко, "учасниками публіцистичному дискурсу є автор і реципієнт. Перший створює інформаційне повідомлення згідно з власною уявою. Комунікативний портрет першого учасника даного дискурсу складає упорядкований вимір людської особистості, що виявляються в наявності певної мети комунікації, свідомої настанови на створення конкретного мовлення, самостійних ідей, чіткої та переконливої аргументації, належного рівня компетенції, освіти, ерудиції, моральної позиції та іншого, що складають основу мотивації мовленнєвої комунікації. Комунікативний портрет реципієнта складає єдність необхідної для автора інформації про ті аспекти особистості слухача, які визначають його властивості як отримувача мовленнєтворчого витвору. Це його інтелектуально-культурний рівень, бажання і пріоритети, психологічний стан і психологічний тип особистості, рівень освіти й інші параметри, орієнтовані на отримання й адекватне сприйняття відповідної інформації. В акті комунікації позиції реципієнта є пріоритетними, тому що орієнтація на відповідного отримувача інформації складає основу кожного елемента мовленнєвої комунікації" (Загнітко, 2007, с. 13).

Автор текстів масової комунікації класифікується в науковій літературі з опорою на різні показники. Так, у дослідженні К. С. Щелкунової враховується міра присутності автора в текстовій площині, відповідно до чого виділяються три типи комунікатора: персоніфікований, узагальнений і деперсоніфікований автор (Щелкунова, 2004, с. 136). Опираючись на поняття обсягу (кількісний критерій) і статусу комуніканта (якісний критерій), Н. В. Муравйова пропонує такі типи автора: персональний/колективний, приватний/публічний/соціальний (Муравьева, 2002, с. 56). Дотримуючись концепції Г. Я. Солганика, в категорії адресанта можна виділити опозицію: автор – "людина соціальна" і "людина приватна" . Між крайніми полюсами категорії учасника розташовується величезна кількість перехідних випадків,

формуються типи автора: пропагандист, полеміст, редактор, літописець, художник, аналітик, дослідник та ін. (Солганик, 2000, с. 14). Категорію автора, представлену в тексті в різних спектрах і яка передбачає різні міру та ступінь соціальності, можна розглядати також як критерій розмежування журналістських і публіцистичних текстів у їх ядерних проявах (інформація, нейтральний виклад, безособова розповідь, полемічний виступ).

Неможливо здійснити ефективний інформаційний вплив без детального дослідження його об'єкта – аудиторії, на яку він спрямований. Пошук можливості зблизитись та вплинути на адресата виявляється у всіх медійних жанрах, відбиваючись в організації медіатексту, в його вербальній побудові. Роль адресата активізується в діалогічності медіатексту. Активізація ролі адресата у мові неодноразово підкреслювалася М. М. Бахтіним: "Висловлювання будується для іншого. Думка стає дійсною думкою в процесі її повідомлення іншому. Процес обміну думками відображає їх нерозривність, взаємність, залежність одна від одної. Це взаємне відображення пронизує і предметно-смислову, і композиційну, і стилістичну сторону висловлювання" (Бахтин, 1997, с. 279).

Адресат масової комунікації на відміну від адресата в ситуації безпосереднього діалогічного спілкування зет "це не присутній у ситуації комунікативного акту реальний індивід, а потенційна, невизначена кількість осіб. Тому автор тексту масової інформації сам моделює свого типового адресата, здійснюючи комунікативний акт, розрахований на певну групу, що виокремлюється за гендерною, віковою, національною, соціальною, конфесійною, світоглядною тощо ознаками" (Мосейчук, 2012, с. 176). Слід зауважити, що участь у комунікативному акті бере тільки той адресат, який враховується самим автором, на якого орієнтується і саме повідомлення, тому він внутрішньо визначає його структуру.

Категорія адресата визначає комунікативну взаємодію автора і адресата через текст: адресат, у розумінні Г. Я. Солганика, є "дзеркало, в якому відбивається автор" (Солганик, 2005, с. 27). Базовими ознаками текстової

категорії образу автора є наявність в тексті опозиції “свій-чужий”, орієнтація на мовний досвід цільової аудиторії, використання елементів, які репрезентують картину світу адресата і характеризують його стиль життя і соціальний статус. У сучасних текстах масової комунікації можна виділити такі типи адресата, як “інтелігентна меншість”, “представник зразкового середовища”, “проста людина” (Каминская, 2009, с. 10). Адресність визнається істотною властивістю сучасних журналістських текстів.

1.3 Основні характеристики китайськомовного публіцистичного дискурсу

Метою цього дослідження є узагальнення розуміння публіцистичного дискурсу в комунікативному аспекті, виокремлення основних особливостей публіцистичного дискурсу як середовища реалізації комунікативного впливу на масову аудиторію.

Публіцистика – це спільна назва, яка об'єднує твори публіцистичного стилю. Це вид літератури, що освітлює життя суспільства та питання нинішньої повсякденної політики, науки, мистецтва. Публіцистичний стиль виконує функції інформування та впливу, тому для нього характерні полемічність і емоційність, логічність і аргументованість.

Основною і історично початковою функцією публіцистичного стилю є інформувати. Ще Г. О. Винокур (1925, с. 57) зазначив, що головною специфічною особливістю є установка на “голе повідомлення”, тобто на інформацію як таку. Саме тому деякі фахівці називають публіцистичний стиль “інформаційним стилем” (Кожбицкая, Половникова, 2017, с. 136).

Публіцистика відображає соціальну боротьбу, вона завжди є продуктом тієї чи іншої ідеології. Твори публіцистичного стилю нерідко мають пропагандистський і агітаційний характер. Основний пафос публіцистики – в переконанні, пропаганді, заклику.

Для того щоб твори публіцистичного стилю могли належним чином

вплинути на читача і тим самим виконати функцію впливу, вони повинні бути логічними та добре аргументованими. Разом з тим публіцистичні твори повинні володіти якостями виразної, образної мови. Саме тому мова публіцистики неоднорідна за своїми стилістичними прикметами. Вона поєднує риси наукової прози з особливостями художньої літератури. Характерною особливістю публіцистичної мови є одночасне об'єднання властивостей наукового та художнього стилю, постійне переплетення наукової аргументації і виражально-зображальних засобів.

Чимало дослідників мови ЗМІ (А. О. Кібрик, Л. Р. Дускаєва, Л. М. Синельникова ін.) виділяють в якості основної характеристики медіатексту його діалогічність, в чому полягає його комунікативний характер. У своєму дискурсивному стані публіцистичний текст виявляє природу діалогічності через сукупність мовних складових, які тією чи іншою мірою співвідносяться з когнітивними процесами у свідомості комунікантів, на які впливає позамовна інформація – знання про світ.

Характерними ознаками публіцистичного дискурсу є: 1) відкритість і сфокусованість на соціально резонансних фактах та їх концептуально-емоційна розробка; 2) відкрита соціальна оцінність (Солганик, 2010, с. 62), що дозволяє створити моделюючий ефект; відкрита світоглядна позиція, що забезпечує репрезентацію соціально-оцінних суджень (думок) і ідеологічний супровід "подій соціальної думки", тобто обговорюваних суспільством ідей і пропонованих соціальних проектів; 3) оцінно-ідеологічна модальність і пов'язана з нею стратегія фокусування, тобто регулювання спрямованості думки на ті чи інші фрагменти соціальної практики та стратегія оцінювання; 4) "політико-ідеологічний модус" (Клушина, 2008, с. 36) формування і формулювання думки, інформаційного контенту і його кодування; 5) "інтерстильове тонування викладу" (Сметанина, 2002, с. 160), тобто використання різностильових засобів і способів для репрезентації соціальної реальності.

Слід також враховувати, що публіцистичний дискурс – це інформаційний функційний стиль масової комунікації, засіб інформації і засіб переконання, що розрахований на масову і при тому дуже неоднорідну аудиторію. “Засоби масової інформації – це не просто провідник необхідної інформації, але й агент соціалізації суспільства, розповсюджувач соціальних норм і стереотипів. Соціальні стереотипи – це схематичні, стандартизовані образи або уявлення про соціальний об’єкт, що характеризуються високою стійкістю і, як правило, є емоційно забарвленими” (Каминская, 2009, с. 175).

Принциповою відмінністю такого типу дискурсу є те, що окрім виробництва певних знань, оцінок об’єктів і їх образів як результату мисленнєвої діяльності він, створює уявлення про способи трансляції знання. Іншими словами, центральним предметом медіадискурсу є не стільки певні події в житті суспільства, скільки способи їх опису та передачі знання про них. У цьому відношенні медіадискурс є посередницькою діяльністю.

Якщо публіцистичний дискурс є діяльністю, що здійснюється суб’єктами масової комунікації, то він мотивований певною метою, залежно від якої він набуває специфічного змісту. Постаючи в актуальному для комунікатора плані певним тематичним матеріалом, публіцистичний текст має на меті п’ять основних взаємопов’язаних завдань: “1) інформаційне, що полягає в інформуванні аудиторії про події внутрішнього і міжнародного життя; 2) аналітичне, основою якої є аналіз і коментування викладеної події або суспільного явища; 3) регулятивне, що полягає в необхідному для комунікатора спрямуванні плану сприйняття реципієнтом тієї чи іншої події, певних явищ об’єктивної дійсності; 4) оцінне, основною ознакою якого є оцінка викладеної інформації; 5) прогнозувальне, що полягає у примусі реципієнта рефлексувати щодо проекції отриманої інформації на передбачувану дійсність. Тому реалізація будь-якого інформаційного повідомлення ґрунтується на таких основних завданнях: виклад, аналіз (або коментар), спрямований у необхідному ракурсі сприйняття, оцінка, прогнозування можливого впливу” (Загнітко, 2007, с. 14).

Публіцистичний дискурс найбільш швидко реагує на зміни, що відбуваються у мові. Крім того, у ньому висвітлюються інтереси та погляди суспільства. За інтенсивністю впливу розрізняють дискурс звичайної розмови і персуазивний дискурс. Дискурс вважається персуазивним, якщо спроба впливу усвідомлено здійснюється одним із комунікантів. Отже, за своєю соціальною спрямованістю публіцистичний дискурс можна вважати одним із різновидів персуазивного дискурсу, а суть публіцистики становить єдність інформаційної функції та функції впливу. Публіцистика є призмою, що трансформує інформаційний зміст текстів інших функційних стилів у форму, що доступна розумінню широкої аудиторії.

Суть функції впливу в межах цього типу дискурсу полягає у тому, що "ЗМІ не просто інформують адресата, а "підказують" йому, як саме варто ставитися до предмету повідомлення, які висновки варто зробити та яких заходів ужити. Для цього, як правило, використовуються непрямі номінативні засоби та синтаксичні конструкції, які здатні опосередковано впливати на свідомість. Специфічною рисою маніпуляції вважається наявність двох рівнів впливу: експліцитного та імпліцитного. Перший реалізується відкрито, на соціальному рівні, другий – приховано, на психологічному рівні. Явний рівень маскує справжні наміри маніпулятора. Під час маніпуляції відбувається передача декількох повідомлень, одне з яких залишається непомітним для адресата, але саме заради нього проектується акт комунікації" (Мосейчук, 2012, с. 175).

Предметна сфера виражається в медіадискурсі не у вигляді "чистої ідеї", а в конкретних знаково-символічних формах, за допомогою мовних одиниць, мовних актів і засобів вираження. Зауважимо, що, незважаючи на те, що значення мовного параметра переважно зумовлені цілями дискурсу, зв'язок між ними не завжди є очевидним. У цілому ж, виявляється залежність між типом медіадискурсу і його прагматикою, з одного боку, і з іншого боку – ступенем семантичної визначеності його мовних одиниць. Чим більше медіадискурс орієнтований на вираження фактуальної точності (опис

дійсності), тим більше однозначними і експресивно нейтральними є лексичні одиниці, і навпаки, мета впливу передбачає широке використання семантично неточних або полісемічних лексичних одиниць.

У сучасній китайській мові публіцистичному стилю притаманні, як зазначає китаєзнавець та лінгвіст В. І. Горєлов (1979, с. 91), такі мовні норми:

- власні назви політичного характеру;
- підвищення ідіоматичності;
- активна персональність;
- емоційно-забарвлена лексика;
- спрощення синтаксису;
- прямий порядок слів у реченні;
- суспільно-політична та термінологічна лексика;
- використання веньянізмів.

Вчений також виділяє види публіцистичних творів у китайській мові.

Одним з основних видів публіцистичних творів, широко представлених в китайській періодиці, є 评论 (pínglùn), інша назва 述评 (shùpíng). У вітчизняній періодиці 评论 відповідає такому виду публіцистичних творів, як стаття політичного оглядача, нарис. Іноді, але далеко не завжди, до публіцистичних творів можна віднести такий вид газетних матеріалів, як 社论 (shèlùn) – редакційна стаття, передовиця.

Інший поширений вид китайської публіцистики – це 短评 (duǎnpíng). 短评 за своїм обсягом і характером тематики – як публіцистичні нотатки, до яких слід віднести нотатки на міжнародні теми, які нерідко називають колонкою коментатора.

Іноді в китайській публіцистичній літературі нотатки публіцистичного характеру називають також 时评 (shípíng), що дослівно означає замітка на тему дня, або замітка на злободенну тему. Повна назва – 国际时事评论 (guójì shíshì pínglùn) – публіцистичні нотатки на міжнародну тему.

У кінці 60-х років з'явився новий різновид публіцистичних нотаток, а саме 小评论 (xiǎo píng lùn). Вони зазвичай бувають присвячені загальним проблемам і приватним питанням внутрішнього життя Китаю. Вони отримали широке поширення в китайській пресі за останні роки (Горєлов, 1979, с. 95).

У системі лексичних засобів публіцистичного стиля сучасної китайської мови важливе місце займає суспільно-політична лексика, а також лексика термінологічна.

До суспільно-політичної лексики зазвичай відносять слова, що постійно вживаються в періодичній пресі: 纲领 (gānglǐng) – програма, 宣言 (xuānyán) – декларація, 宣传 (xuānchuán) – пропаганда, 鼓动 (gǔdòng) – агітація, 职工会 (zhígōnghuì) – профспілка.

У публіцистичних творах залежно від потреб, пов'язаних з конкретною тематикою цих творів, широко використовується термінологічна, загальноекономічна та загальновійськова лексика, а також іноді і більш спеціальна термінологія, що вживається в науці і техніці або в промисловому і сільськогосподарському виробництві. Суспільно-політична і термінологічна лексика вживається в прямому, предметно-логічному значенні. Для неї характерна однозначність.

У письмово-книжних стилях сучасної китайської мови певну роль відіграють веньянізми, запозичення – з літературної мови веньянь 文言 (wényán).

Веньянь – лаконічна і в той же час містка в смисловому плані мова. Тому в публіцистиці до цих пір нерідко використовуються 文言词 (wényáncí) – веньянізми, лексика мови веньянь.

Наприклад, словосполучення 设宴 (shèyàn) – влаштувати прийом, надати банкет, вживається замість 摆酒席 (bǎi jiǔxí) в байхуа; 应邀 (yīngyāo) – прийняти запрошення, замість 答应邀请 (dāying yāoqǐng) в байхуа. Іноді ці слова створюють урочистість, надають мові підняту тональність.

У публіцистичній літературі зустрічаються зазвичай чотирьохморфемні словосполучення, побудовані по лексико-граматичним нормам мови веньянь: 安于现状 (ānyúxiànzhuàng) – миритися з існуючим станом; 不言而无 (bùyánérwú) – зрозуміло без слів; 一扫而空 (yīsǎoérkōng) – повністю ліквідувати; 以身作则 (yǐshēnzuòzé) – бути взірцем, бути прикладом для інших; 大举进攻 (dàjǔjìngōng) – в широких масштабах почати наступ, загальний наступ; 大师讹诈 (dàshīézhà) – влаштувати майстерський шантаж; 大显身手 (dàxiǎnshēnshǒu) – наочно показати майстерність, проявити здібності; 委曲求全 (wěiqūqiúquán) – лавірувати, йти на компроміс; 混淆是非 (hùnxiáoshìfēi) – вводити в оману, видавати чорне за біле (дослівно: змішувати правду і брехню); 和睦共处 (hémùgòngchù) – жити в мирі і дружбі; 冒天下之大不韪 (mào tiānxià zhī dà bùwěi) – всупереч громадській думці, абсолютно не зважати на громадську думку, кидати виклик громадській думці.

У творах сучасної китайської публіцистики поряд з лексикою і фразеологією, широко використовуються також емоційно забарвлені слова.

Наприклад: 英勇 (yīngyǒng) – героїчний; 出色 (chūsè) – видатний; 空前 (kōngqián) – небувалий, безпрецедентний; 哀叹 (āitàn) – скорботно зітхати, журитися (часто іронічно); 傀儡 (kuīlěi) – маріонетка; 巢穴 (cháoxué) – лігво; 花招 (huāzhāo) – трюк; 用心险恶 (yòngxīnxiǎnè) – зловмисний; 臭不可闻 (chòubùkěwén) – смердючий, мерзенний, огидний; 丑恶面目 (chǒuèmiànmù) – потворна (особа), огидний вигляд; 狰狞面目 (zhēngníngmiànmù) – звірина зовнішність; 大肆吹嘘 (dàsìchuīxū) – широко розрекламувати; 不厌其烦地鼓吹 (bùyànqífán de gǔchuī) – невпинно сурмити, невтомно проповідувати; 真是可笑 (zhēn shì kěxiào) – й справді смішно, 等着瞧吧 (děng zhe qiáo ba) – поживемо – побачимо (часто скептично).

У китайській пресі наших днів, особливо в публіцистичних творах, як це видно навіть з наведених прикладів, зустрічається багато слів і

фразеологізмів, що мають негативне емоційно-оцінне значення. Це, мабуть, пояснюється загальним тоном повсякденного користування Китаю, в якій переважає тенденція негативного висвітлення багатьох фактів і подій міжнародного життя.

Для китайської публіцистики характерно також використання 庄严词语 (zhuāngyán cíyǔ) – лексика високого стилістичного тону.

Наведемо кілька прикладів: 伟大 (wěidà) – великий, велич; 伟业 (wěiyè) – велике діяння; 宏伟 (hóngwěi) – величний; 祖国 (zǔguó) – вітчизна; 诞生 (dànshēng) – народження; 逝世 (shìshì) – смерть; 战友 (zhànyǒu) – соратник; 主人翁 (zhǔrénwēng) – господар (наприклад, господар своєї країни); 不朽 (bùxiǔ) – безсмертний; 夫人 (fūren) – чоловік, пані.

Значний інтерес для розуміння стилістичних особливостей публіцистичних творів представляють випадки вживання слів високого стилістичного тону з метою створення іронії, для осміювання ідеологічних супротивників.

Наприклад: 称心的忠实走狗 (chènxīn de zhōngshí zǒugǒu) – вірний слуга (посіпака), який припав до душі; 得到赏识 (dédào shǎngshí) – користуватися благоволінням.

Слова 称心 (chènxīn) – “бути до душі” і 赏识 (shǎngshí) – “благовоління” зазвичай вживаються в пишномовної мови, властивої старим китайським вишуканому стилю. Однак в публіцистиці вони вживаються не в прямому значенні, а в переносному як засіб створення іронії, звучать як уїдлива насмішка. Те ж саме можна сказати про слово 赏赐 (shǎngcì) – “милостиво дарувати щось комусь”.

У сучасній китайській публіцистиці іноді можна спостерігати випадки вживання зображально-виражальних засобів, що представляють собою різновиди категорії 比喻 (bǐyù) – іносказання, засноване на порівнянні, таких, як 明喻 (míngyù) і 隐喻 (yǐnyù) образне порівняння (явне і приховане),

借喻 (jièyù) –метафора, а також епітет.

Нарешті, слід сказати, що в публіцистичних творах широко вживається ідіоматика, відображена в стійких словосполученнях – 成语 (chéngyǔ).

Наприклад:

焦头烂额 (jiāotóulàné) – мати жалюгідний вигляд в результаті повного краху зроблених зусиль (дослівно: обпалена голова, обпалене чоло); 不打自招 (bùdǎzìzhāo) – мимоволі проговоритися, проговоритися; не бажаючи того виказати свої непристойні наміри (дослівно: не б'ють, а сам визнає вину); 一丘之貉 (yīqiūzhīháo) – споріднені душі, одного поля ягода (дослівно: з одного пагорба борсуки).

Чен'юй в силу своєї самобутньої природи зазвичай надають публіцистичним творам своєрідну національну забарвлення.

Говорячи про особливості сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу, слід сказати, що значний інтерес представляють також поєднання різностильових елементів. Це явище передбачає використання мови, коли в одне словосполучення, невелике висловлювання, в невеликий відрізок тексту включаються, здавалося б, несумісні, властиві різним стилям слова і вирази.

Висновки до розділу 1

У першій частині нашого дослідження ми окреслили теоретичні засади вивчення публіцистичного дискурсу в сучасній лінгвістиці: прослідкували історичний розвиток функційної стилістики у Китаї, розглянули особливості та причини виникнення певних тенденцій у дослідженні стилістики та функційних стилів. Було детально розглянуто дефініції понять “публіцистика”, “дискурс”, безпосередньо “публіцистичного дискурсу”, запропоновані вітчизняними та іноземними науковцями у сфері лінгвістики, журналістики, соціології, філософії та політології. Розглянули основні характеристики мови публіцистики, її жанрову специфіку, основні функції

імплементації у сучасній лингвістиці та приклади широковживаних виражально-зображальних засобів, термінів, фразеологізмів.

Детальне дослідження стилістики у Китаї почалося на початку XX століття. Тоді китайські філологи вперше познайомилися з досягненнями європейських колег. Результатом цього процесу стало переосмислення теоретичних основ китайської стилістики. Праці були спрямовані в трьох напрямах досліджень: перший – запозичення досвіду японських лінгвістів, другий – перенесення деяких положень західної лінгвістичної традиції, третій – створення власних досліджень в області стилістики.

У процесі дослідження виявили, що більшість лінгвістів розглядають дефініцію “публіцистики” як характерний для літературної мови стиль, що транслює суспільно-політичні питання.

Даючи визначення поняттю “дискурс”, більшість європейських, американських, російських та вітчизняних вчених опираються на дефініцію видатного нідерландського мовознавця Тена ван Дейка та французького лінгвіста Еміля Бенвеніста. Під поняттям “дискурсу” вони вбачали скадне явище комунікації, що включає в себе текст та позамовні чинники (поведінку, мотиви, мету декламатора).

Вітчизняні вчені узагальнють поняття “дискурс” до двох основних видів. До першого відносять розгляд дискурсу як “конкретної комунікативної події, зафіксованої у тексті та усному мовленні, що здійснюється у конкретному когнітивно зумовленому комунікативному просторі”. До другого виду – тлумачення тексту як “сукупності тематично співвіднесених текстів”.

Проаналізувавши поняття “публіцистичного дискурсу” через призму аспектів мовознавства, соціології та політології, можемо сказати, що єдиного тлумачення до даного поняття немає, на це є декілька причин:

По-перше, в сучасних умовах ще не існує єдиної науки, що займалася вивченням суто публіцистичного дискурсу.

По-друге, межі публіцистичного дискурсу відносно розмиті, часто

відбувається кореляція з іншими видами комунікативної діяльності, зокрема з дискурсами політики, юриспруденції, педагогіки, літератури, мистецтва, релігії тощо.

Але проаналізувавши матеріал, ми можемо зробити висновок, що публіцистичний дискурс є комунікативним середовищем систематичного поширення повідомлень серед численних розосереджених аудиторій з метою здійснення впливу на формування та зміну оцінок, думок, переконань і поведінки людей у вигляді передачі прагматично призначеної інформації.

Також у ході роботи проводилося дослідження основних характеристик публіцистичного стилю в контексті сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу, опрацьовувались жанрови особливості, виокремлювались основні функції, проводилося дослідження широковживаних виражально-зображальних засобів, термінів, фразеологізмів.

Характерними ознаками публіцистичного дискурсу є: відкритість і сфокусованість на соціально резонансних фактах та їх концептуально-емоційна розробка; відкрита соціальна оцінність, відкрита світоглядна позиція, оцінно-ідеологічна модальність і пов’язана з нею стратегія фокусування, “політико-ідеологічний модус”, використання різностильових засобів і способів для репрезентації соціальної реальності.

У текстах публіцистичного дискурсу використовуються суспільно-політична лексика, терміни, веньянізми, емоційно забарвлені слова, лексика високого стилістичного тону, зображально-виражальні засоби, ідіоми чен’юй.

РОЗДІЛ 2 МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА АНАЛІЗУ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ТА ГРАМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУЧАСНОГО КИТАЙСЬКОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

2.1 Основні підходи до дослідження публіцистичного дискурсу

Ґрунтуючись на аналізі результатів теоретичних та експериментальних досліджень китайськомовного публіцистичного дискурсу, можемо зазначити, що публіцистична лінгвістика, як і публіцистичний дискурс загалом є досить новою галуззю мовознавчої науки.

Публіцистичний дискурс можна назвати живим, динамічним, активним, типом дискурсу. Він пов'язаний з реальними подіями та явищами, що відбуваються в житті суспільства, відображає конкретні дії в певний проміжок часу.

Публіцистичний дискурс обов'язково передбачає діалог між адресатом і адресантом, він впливає, переконує, направляє думки в певне русло. Якщо політичний дискурс має на меті переконання аудиторії для отримання влади в області політики, то публіцистичний дискурс в цьому сенсі позиціонує себе набагато ширше. Адже публіцистика зачіпає різноманітні сфери життєдіяльності людини і суспільства в цілому.

Публіцистичний текст вважаємо за доцільне вивчати в дискурсній парадигмі медіалінгвістики, спираючись на визначення Ф. С. Бацевича, що “...дискурс – це тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різну форму вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом “форм життя”, залежних від тематики

спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів" (Бацевич, 2004, с. 138).

Сучасні лінгвісти досліджують публіцистичний дискурс з різних точок зору. Так, публіцистичний дискурс розглядається як методологічний конструкт, який є системою методологічних операцій, спрямованих на збір, переробку, передачу інформації в соціумі. Публіцистичний дискурс розуміється як певний текст, який актуалізується в конкретній ситуації, пов'язаний з деякими подіями в одному і тому ж часі і просторі. Відмінністю публіцистичного дискурсу є його динамічність, діалогічність, відкритість (Павлушкіна, 2010, с. 254-255).

До функцій публіцистичного дискурсу можна віднести функцію впливу, інформаційну, рекламну, розважальну функції та функцію конструювання соціальної дійсності за допомогою ідеологій певних соціальних груп.

Основні ознаки публіцистичного дискурсу (Павлушкіна, 2010):

- тексти доступні та мають високий рівень авторитетності, тому здійснюють необхідний вплив на читача;
- лаконічні, стислі, при якій зберігають розкриття змісту;
- висвітлюють найактуальніші аспекти життя, без обмежень тематики;
- мають широке функціонування жаргонної, арготичної, просторічної лексики, скорочень, абревіатур;
- мають спрощені форми і засоби викладення матеріалу, що допомагає бути ближчим до масової аудиторії. Часте висвітлення одного явища у різних площинах (як інформаційна стаття або ж погляди журналістів, громадських діячів, політиків тощо). Це дає змогу читачу оцінити різні думки та зробити свій висновки;
- тексти відзначаються мовною грою, ідіомами, метафорами, алюзіями;
- персоніфікація адресанта;

- гібридизація публіцистичного стилю через жанрову і видову взаємодію;
- популяризація субстандартів;
- порушення стандартизованого мовлення;
- значна кількість кліше, мовленнєвих стереотипів.

Публіцистичний дискурс знаходить застосування в суспільно-політичній літературі, періодичній пресі (газетах, журналах), ораторській мові і т.д. Широке поширення отримав газетно-журнальний різновид публіцистичного дискурсу.

Сучасним публіцистичним текстам властивий напрямок "автор – приватна людина", який прагне виглядати близьким читачеві. Автор намагається не просто передати будь-яку інформацію, але і зробити певний вплив на адресата, а адресат в свою чергу здійснює пізнавальну діяльність, тобто намагається отримати ту інформацію, якої у нього ще немає.

Звернувшись до теоретичної бази дослідження публіцистичного дискурсу, ми можемо помітити, що при вивченні публіцистичного дискурсу вцілому науковці керуються низкою базових підходів до дослідження. Тож, пропонуємо зконцентрувати свою увагу на найактуальніші з них.

У рамках мовознавчого напряму детального вивчення комунікації в публіцистичній сфері розрізняють критичний та дескриптивний підходи.

Дескриптивний підхід сягає корінням до часів проведення риторичного аналізу промов представлених у класичних працях Платона, Цицерона та Арістотеля. У свою чергу сучасна публіцистична лінгвістика визначається дескриптивним підхідом як сукупність мови та поведінки автора тексту або промовця, звертаючи особливу увагу на мовні засоби, прийоми ораторської майстерності, техніки нав'язування та маніпуляції.

З іншого боку, дескриптивний підхід також може розглядатись через призму аналізу змістової складової публіцистичних текстів. У такому випадку цей напрямок тісно пов'язаний як з лінгвістикою, так і з соціологією, політологією, наукою, мистецтвом та іншими сферами суспільства.

“Методика якісного та кількісного контент-аналізу та когнітивного картування дає можливіть виокремити особливості мислення авторів та промовців, виявити ціннісні складові, дослідити причинно-наслідкові зв’язки між діями та тематикою промов, виокремити особливості вжитої термінології, символів, стійких виразів та суджень” (Chilton P.& Ilyin M., 1993).

Розглядаючи критичний підхід, неможливо не згадати про критичний дискурс-аналіз, який є одним із найбільш досліджених та структурованих аспектів теорії дискурсу, його теоретична база походить від марксизської ідеології. Основною задачою критичного дискурс-аналізу є виявлення домінування, субординації та керування владою суспільства, дослідження соціальних процесів.

Учені критичного дискурс-аналізу у своїй більшості концентруються на емпіричному вивченні феномену, у проведених дослідженнях широко застосовуються лінгвістичні методи для дослідження публіцистичного тексту, маніпуляційних практик та ідентифікації категорій суспільства до належності до різноманітних угрупувань та класів.

Досліджуючи публіцистичний текст, важливо також звернути увагу на дискурсивний підхід, у межах якого текст розглядається через призму конкретної ситуації, аналізується зміст, досліджуються цілі автора, погляди, установки, стратегії та основні цінності тексту.

До ключових дискурсивних ознак можемо віднести критерій авторства, направленості публіцистичного тексту, його тактику та стратегії (Чудинов, 2006).

Мета є ключовим базисом для вибору тактик на стратегій комунікації. З точки зору дискурсології, стратегія визначається як довгостроковий план, що включає в себе мовний та поведінковий аспекти, а тактика є інструментом втілення цього плану – сюди включаємо підбір основних прийомів, принципів та способів, що призводять до результативності стратегічних імплементацій.

Прихильниця семіотичного підходу В. А. Буряковська вважає, що

сучасний публіцистичний дискурс нероздільно пов’язаний з різними знаковими системами. Насамперед, маються на увазі вербальні знаки, елементарі знаки міміки та жестів, наукова мова знаків таких наук як фізика та хімія, багаточисленні варіації “мови естетики” – музики, архітектури і т. д.; “мова” політичних символів, “мова” релігійних літургій. За допомогою знакових систем автор переносить людей у різні ситуації, пробуджуючи в їх свідомості образно-асоціативні комплекси (Буряковская, 2010, с. 4-7).

Основна частина теорій базується на комунікативному підході, вбачаючи дискурс як “важливий і невід’ємний агент комунікації, який виступає носієм і ретранслятором сенсів, цінностей, ідей, образів, думок, інтерпретацій та інших утворень – ментальних і віртуальних” (Русакова, 2006, с. 10).

Дослідник комунікативного підходу у вивченні публіцистичного стилю Я. Б. Брухаль (2014) зазначає, що в публіцистичному дискурсі відносини автора і читача діалогічні, тобто текст діалогічний як з позиції автора, так і з позиції читача.

Публіцистичний дискурс є, на думку Я. Б. Брухаля (2014), результатом взаємодії мисленнєвої і мовленнєвої діяльності. Мисленнєва охоплює процеси породження та сприйняття тексту і становить дуже складний семантичний комплекс, який спочатку виникає у мисленні автора згідно із задумом, метою й умовами комунікації, а потім – у мисленні реципієнта з урахуванням його знань про світ, індивідуальних особливостей, мовної компетенції, соціального статусу. А мовленнєва діяльність – це зафіксований момент мовленнєво-творчого процесу, що реалізується шляхом передачі певної інформації певну подію вербально – шляхом послідовності пов’язаних за смислом речень.

Загалом проблема формування навантаження публіцистичного тексту є досить різнобічною. У таких текстах “на першому плані постають проблеми кодування і декодування змісту і соціально-політичної інформації, тому самовияв обов’язково присутнього автора часто у мовній формі не

експліковано. У цьому разі наявне декодування концептуальної картини інформації як самостійного смислового простору з двома рівнями опису: експліцитний, що являє собою базовий компонент основної ідеї інформації, тобто первинний смисловий простір, що постає у мисленні реципієнта під час його першого дотику до мовних одиниць тексту. Інший рівень – імпліцитний, під яким мають на увазі той смисл спілкування, який повинен декодуватися реципієнтом самостійно" (Брухаль, 2014, с. 24-25).

Публіцистичний дискурс є "дистантною формою комунікативної діяльності інституціонального та когнітивного характеру, основними учасниками якої є представники засобів масової інформації як соціального інституту та масова аудиторія. Саме публіцистичному дискурсу, у якому суб'єкту приписується найбільш еластична соціальна роль (виражати, тією чи іншою мірою, інтереси соціуму), належить домінантна роль у сучасному світі" (Новохачева, 2005, с. 11).

Як зазначає А. П. Загнітко, "учасниками публіцистичного дискурсу є автор і реципієнт" (2007, с. 13). Автор створює інформаційне повідомлення згідно з власними мотивами та уявою . Його комунікативний портрет складає упорядкований вимір людської особистості, що проявляється в наявності певної комунікаційної мети, свідомої установки на створення конкретного мовлення, самостійних ідей, чіткої та переконливої аргументації, належного рівня освіти, ерудиції, моральної позиції та іншого, що складають основу мотивації комунікації. Комунікативний портрет реципієнта – це єдність інформації про ті аспекти особистості слухача, які визначають його властивості як отримувача мовленнєтворчого витвору. "Це його інтелектуально-культурний рівень, бажання і пріоритети, психологічний стан і психологічний тип особистості, рівень освіти й інші параметри, орієнтовані на отримання й адекватне сприйняття відповідної інформації. В акті комунікації позиції реципієнта є пріоритетними, тому що орієнтація на відповідного отримувача інформації складає основу кожного елемента мовленнєвої комунікації" (Брухаль, 2014, с. 25).

Важливо зауважити, що під час дослідження публіцистичного дискурсу кожен з підходів дає нам змогу по-різному відкрити для себе публіцистичний текст, через різну призму вивчення віднайти нові культурні та мовні факти та особливості.

Вищезазначені підходи ніяк не спростовують один одного, ба-навіть більше, часто використовуються разом, що дозволяє нам отримати багатоаспектні результати дослідження публіцистичного дискурсу.

У цьому дослідженні лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу ми керувалися дискурсивним, когнітивним, комунікативним, семіотичним, дескриптивним та деяким елементами критичного підходу, що дозволило нам здіснити якісний аналіз лінгвістичних та екстралінгвістичних особливостей публіцистичних промов.

2.2 Методологія дослідження лексико-семантичних та граматичних особливостей публіцистичного дискурсу у виступах Джека Ма

Розвитку лінгвістичних студій на сучасному етапі зосереджується на дослідженні природи мови у співвідношенні зі свідомістю її носіїв, соціумом, культурою, дійсністю, комунікацією, процесами пізнання світу. Лінгвометодологія, як частина загального поняття методології, відіграє значну роль у формуванні інструментарію, основ, способів опису й аналізу мови та її явищ (Зінченко, 2021, с. 60).

З позицій загальної філософії методологія (від гр. methodos – шлях дослідження і logos – слово, вчення) є способом пізнання й осмислення об’єктивної дійсності та процесів формування й упорядкування внутрішнього рефлексивного досвіду людини. На основі загальнофілософської методології виокремлюються, відповідно, системи дослідницьких принципів та способів аналізу об’єктів окремих наукових галузей (Зінченко, 2021, с. 60).

Методологію як сукупність певних процедур дослідження традиційно

прирівнюють до понять методу та методики. М. П. Кочерган слушно зауважує, що метод “використовують у загальнонауковому філософському значенні, у спеціально науковому, тобто такому, яке стосується окремої галузі науки і, врешті-решт, у значенні, яке збігається зі значенням терміна “методика” (Кочерган, 2008, с. 207).

Методисти на сучасному етапі досі не дійшли одностайного висновку стосовно тотожності чи різного призначення методу й методики. Так, методику часто визначають як спосіб пошуку нового матеріалу чи як сукупність прийомів спостереження, експерименту та опису, тоді як метод – підхід до вивчення матеріалу, його систематизації та теоретичного осмислення (Зінченко, 2021, с. 61). Водночас Н. Ф. Алефіренко розглядає метод як сукупність дослідницьких прийомів, методик та операцій, спрямованих на досягнення дослідницьких завдань відповідно до певної лінгвістичної теорії та принципів (методології) пізнання. Метод включає процедури дослідження – прийоми, які за певних дослідницьких умов також можуть отримувати статус методу (Алефиренко, 2016, с. 143).

Погоджуючись з думкою О. Б. Тарнопольського, ми трактуємо метод як спосіб організації пізнавальної й дослідницької діяльності науковця з метою вивчення явищ і закономірностей певного об’єкта науки (в широкому значенні); або як систему процедур вивчення об’єкта дослідження та/або перевірки отриманих результатів (у вузькому значенні) (Тарнопольський, 2005, с. 159).

Задля досягнення поставленої мети та якісного виконання завдань щодо дослідження лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу надзвичайно важливо оперувати низкою загальнонаукових та лінгвістичних методів. Дослідження виконано в кілька етапів, на кожному з яких було залучено лінгвістичні методи відповідно до мети та завдань роботи.

Упродовж першого етапу було сформовано теоретичні засади дослідження. С. В. Каламбет слушно зауважує, що теоретична база

дослідження є обов’язковою умовою вивчення будь-якого явища. Сутністю теоретичної частини стали аналіз та синтез закономірностей стосовно об’єкта вивчення, що також сприяє виявленню нових недосліджених його аспектів. Як підкреслює С. В. Каламбет, мета формування теоретичних підвалин дослідження – якомога повніше узагальнити спостережувані явища та зв’язки між ними (Каламбет, 2015, с. 11). На думку дослідника, теоретичне опрацювання аналітично розвиває визначену гіпотезу в науковій роботі та приводить до розробки теорії досліджуваної проблеми, а саме – до науково узагальненої системи знань у її межах. Окрім того, ця теорія повинна пояснювати й передбачати факт і явища, які стосуються досліджуваного питання (Зінченко, 2021, с. 62).

Під час вибору методів дослідження предмету та об’єкту цієї наукової розвідки важливо комплексно дивитись на проблему, не вивчати той чи інший елемент ізольовано та використовувати різноманітні існуючі методи задля отримання багатоаспектних результатів дослідження.

З-поміж загальонаукових методів дослідження ми скористалися нищезазначеними:

- дедукція (гіпотетико-дедуктивний метод);
- індукція;
- аналіз;
- синтез.

Дедукція – це виокремлення результату дослідження від загального правила до нового окремого положення. Дедуктивний метод є методом наукової розвідки, який має зв’язок із висуненням можливого варіанту розв’язання проблеми (гіпотези) і отримання умовиводів з цих припущень за допомогою дедукції.

У свою чергу індукція – це дослідницький прийом, що реалізується шляхом узагальнення окремих характеристик дослідження у висновок, тобто це шлях від конкретного – до загального. Під час дослідження мовних явищ у лінгвістиці вчені часто оперують цим методом, тому ми також вирішилися

скористатися ним для виокремлення лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу на основі промов Джека Ма.

Лише узгодженість аналізу та синтезу дають адекватне та об'єктивне відображення дійсності в результаті. Для якісного вивчення предмету дослідження необхідно спочатку здійснити його розподіл на складові компоненти та детально розглянути кожен із них.

У нашому дослідженні під час вивчення лексико-семантичних особливостей промов Джека Ма, зокрема чень'юй – характерних для китайської фразеології ідіом, що зазвичай складаються з чьотирьох ієрогліфів, ми здійснили детальний аналіз його складових, їх приналежість до різних частин мови та семантику. Після сегментації фразеологізмів на елементарні складові, ми переходили до процедури синтезу (об'єднання окремих елементів в одне ціле), перекладу ідіоматичного виразу. Якщо в результаті синтезу ми отримали милозвучний та адекватний переклад, то можемо вважати, що застосований метод компонентного аналізу був виконий якісно.

Як вже зазначалось вище, окрім загальнонаукових методів, у нашому дослідженні ще застосовувались спеціальні лінгвістичні методи.

Перш за все, варто згадати про описовий або дескриптивний метод, який є одним з найвживаніших у лінгвістиці. Такий метод застосовується для опису досліджуваних мовних явищ та одиниць, висвітлення їх особливостей структури та функціонування. У нашій роботі ми керувались таким методом для дослідження лексико-семантичних особливостей публіцистичних промов, зокрема термінології, неологізмів, сталих виразів, слів-реалій, прислів'їв та приказок та ін.

Варто зазначити, що ми активно користувалися прийомами зовнішньої інтерпретації, що використовуються в описовому методі, на двох рівнях:

- на рівні зв'язків з позамовними чинниками (соціальні, культурно-історичні, артикуляційні, логічно-ментальні та ін.);
- на рівні зв'язків з іншими лінгвістичними одиницями.

Цей метод також відіграв важливу роль при дослідженні граматичних особливостей публіцистичних промов Джека Ма. Установлення зв'язків з іншими мовними одиницями допомогло глибше розглянути граматичні конструкції, що активно вживаються в публіцистиці, звернути особливу увагу на вживанні службових слів та прийменників.

Під час проведення дослідження лексико-семантичних та граматичних особливостей промов Джека Ма, ми скористалися конверсаційним аналізом. Цей метод має на меті дослідження усного та писемного видів мовлення, вивчення стратегії ведення комунікації, що зумовлює вибір певної моделі поведінки. Було проаналізовано епізоди вербальної комунікації бізнесмена, а також письмові зразки промов, що висвітлені у відкритому доступі в мережі Інтернет.

Одним з ефективних інструментів нашого дослідження став структурний метод. Він має на меті вивчення мовної структури, спираючись на визначення мовних явищ та базуючись лише на відношеннях та зв'язках між елементами мови. Ключове завдання структурного методу – реалістична, об'єктивна та ефективна характеристика мовних фактів. Цей метод може бути реалізовний в чотирьох аспектах:

- дистрибутивний аналіз;
- трансформаційний аналіз;
- аналіз безпосередніх мовних складників;
- компонентний аналіз.

Дистрибутивний аналіз сконцентрований на детальному дослідження мови на базі оточення окремих мовних одиниць у тексті. Такий вид аналізу передачає розуміння того, що кожне слово у тексті володіє певним особливим "середовищем", у той самий час у мовній дистрибуції відображаються внутрішні властивості мовних одиниць, які демонструють її функційну роль. Цей метод став нам у нагоді під час дослідження мовних кліше та граматичних конструкції. Дистрибутивний аналіз реалізується на трьох основних етапах:

- сегментація тексту на лексеми та частини мови;
- об’єднання сегментованих одиниць у класи;
- ідентифікація зв’язків та відношень.

Під час дослідження лексико-семантичних особливостей надзвичайно важливо розуміти всю змістову гамму вживаних слів – у цьому нам допоміг компонентний аналіз. Основним ядром компонентного аналізу є сегментація значення лексичної одиниці на складові елементи. Саме цей аналіз домомагає нам глибше зануритись у початковий зміст китайського слова, до того ж здійснити якісний та адекватний переклад сталих виразів чен’юй, прислів’їв та приказок вживаних у сучасних промовах.

Також, під час дослідження граматичних особливостей китайськомовного публіцистичного дискурсу, у своїй роботі ми частково стористались зіставним методом. Цей метод є відгалуженням компаративної лінгвістики, основною метою якого є ідентифікація специфічних подібних та відмінних рис на будь-яких рівнях порівнюваних мов, але на відміну від порівняльно-історичного методу, увага зіставного методу зконцентрована на сучасному стані мови.

У нашому випадку, під час порівняння китайської та української мов на граматичному рівні, ми можемо виявити, що іменнику в структурі китайської мови притаманна категорія означеності, що виражається за допомогою рахівних слів – 量词 (liàngcí), чого немає в українській мові. Це пов’язано з відмінностями бачення картини світу представників культури Китаю та України. Китайська картина світу передбачає бачення в комплексі, саме тому китайцям потрібні спеціальні мовні інструменти (рахівні слова), для того, щоб виокремети певний предмет із множини, на відміну від українців, які зазвичай розуміють предмет в однині, саме тому в граматиці української мови ми володіємо категоріями однини та множини іменників.

Ще одним методом, яким ми скористалися під час проведення дослідження, є інтент-аналіз. Така методика дослідження стоїть на межі лінгвістики та соціальної психології. Справа в тому, що інтеції, які

інтерпритують “бачення світу” суб’єктом, визначають основну мету комунікації з його настановами та переконаннями. Адже розуміння промовця в більшій мірі залежить від перцептивної складової інтенціонального контексту мовлення. Саме задля адектватного розуміння мети та причинно-наслідкових аспектів комунікації публіцистичного дискурсу та безпосередніх результатів публічних промов, ми звернулися до інтенціонального аналізу.

На практиці інтент-аналіз дозволяє нам реконструювати змістову частину інтенцій, що мають своє вираження у вербальній комунікації Джека Ма, оптимізувати лексико-семантичні інструменти впливу підприємся на китайське та міжнародне суспільство, дослідити вплив такої комунікації на публіцистичний дискурс вцілому.

Інтенціональний простір, що транслюється в матеріалах публічних усних та письмових промов є своріднім “полем” налагодження відносин з аудиторією, представники якої є потенційними партнерами та кінцевими споживачами; посилення рівня довіри до корпорацій та їх діяльності, сприяння виробки в аудиторії позитивного уявлення про Китайську Народну Республіку в період глобалізації та про націю вцілому.

У контексті розгляду інтенціонального аналізу, ми також не можемо не згадати й про актомовленнєвий аналіз у сучасному китайськомовному публіцистичному дискурсі. Адже, будь-яка фраза, що пролунала з уст декламатора, направлена на досягнення певного, комунікативного ефекту запрограмованого мовцем. Саме шляхом комунікативного ефекту досягається ключова функція – вливу, що є основним інструментом впровадження ідеології та ключових концепцій.

У нашій практичній роботі актомовленнєвий аналіз здійснюється в аспекті дослідження лексико-семантичних особливостей, він домомагає більш детально вивчити мовленнєві засоби впливу публічних виступів на китайську та міжнародну спільноту та визначити мету проголошених публіцистичних текстів.

Досліджуючи лексико-семантичні та граматичні особливості сучасних

китайськомовних публіцистичних промов, ми також скористалися стилістичним методом. Він дозволяє ідентифікувати особливі мовні риси, які притаманні тому чи іншому стилю та сприяють його вираженню. Основна мета такого аналізу полягає у синтезі лінгвістичного матеріалу, що визначає функційну стилістику тексту. Стилістичний аналіз не стільки сфокусований на самій стилістиці, як на складових текстових елементах.

Так як одним із завдань у нашій роботі є виокремлення стилістичних особливостей публіцистичного дискурсу, перш за все ми здійснили стилістичний аналіз та ідентифікували характеристики, що належать публіцистичному стилю:

- висока ідеологізованість та пропаганда;
- використання прийомів та методів риторичного мистецтва, домінування піднесеності в декламації;
- часте оперування лозунгами та закликами з метою навіювання інформації;
- гіперболізація та піднесеність висловлювань;
- науковість та езотеричність;
- багатогранність викладу інформації;
- тяжіння до філософських концепцій;
- критика висловлювань;
- опозиція та толерантність;
- інтелектуальність та інтертекстуальність;
- інституціональність.

Досліджуючи лексико-семантичні та граматичні особливості публіцистичних промов в аспекті публіцистичного дискурсу, ми мали звернутися до функційного методу. Такий метод розглядає мову через призму системи лінгвістичних засобів вираження, яка стає в нагоді при виконанні поставлених завдань та досягнення цілей, у нашому випадку це провляється у здісненні адекватного китайсько-українського перекладу промов Джека Ма, беручи до уваги мовні елементи, що слугують засобами

прагматичного вираження в конкретній комунікативній ситуації.

При дослідженні ми керувались основними етапами здійснення функційного аналізу тексту промов, які виділяє вчена А. Самігулліна (2008, с. 33):

- виокремлення ключових функцій, що важливі у здійсненні політичної комунікації;
- розгляд динамічного мовного потенціалу в напрямку "окремо взятої функції → її конкретної реалізації в мовній дії;
- виділення як мовних і позамовних критеріїв при вияві тієї чи іншої функції.

Таким чином, функційний аналіз дозволяє нам провести більш ретельне дослідження лексико-семантичних та граматичних особливостей публіцистичного дискурсу, виявити соціальні та психологічні функції публічних промов. Що не менш важливо, в аспекті функційної стилістики особлива увага також приділяється екстралінгвістичним чинникам та їх взаємозв'язку з функціями мови – впливу та переконання.

При детальному вивченнні чен'юй – ідіом, сталих виразів, що зазвичай складаються з чьотирьох ієрогліфів, в аспекті лексико-семантичних особливостей текстів публіцистичного дискурсу, ми керувалися методом фразеологічного аналізу. У китайській мові чен'юй посідають особливе місце у сфері лексикології, вони відображають китайське уявлення про світ та мають тисячолітню історію, більше того, в епоху сучасності вони є одним з найважливішим способом трансляції культури Китаю.

В. Виноградов (2004, с. 188) висуває основні чотири можливі варіанти перекладу для трансляції змістового аспекту фразеологічного виразу:

- у мові перекладу з'являється можливість віднайти ідіоматичний засіб, що володіє однотипним стилістичним забарвленням та внутрішньою формою відносносно мови оригіналу;
- у мові перекладу є можливість віднайти еквівалент ідіоми, семантика та стилістика якої ідентичні або частово ідентичні з виразом

мови оригіналу;

- у мові перекладу існує еквівалентний фразеологічний вираз зі схожою конотацією, але різною внутрішньою структурою;
- у мові перекладу існують повністю стилістично та семантично відповідні мовні елементи.

Отже, метод фразеологічного аналізу дав нам змогу дослідити основні коннотації ідіоматичного звороту та інших форм мовних кліше, що широко застосовуються у публіцистиці.

Ми також скористалися методом критичного аналізу для підбору наукових джерел, що складають теоретичну та методологічну базу нашої роботи. Цей метод дав нам змогу окреслити достовірні фактичні дані багатьох представників лінгвістики, політології, соціології, психології та інших наук відповідно до тематики та основних завдань даної роботи.

Метод суцільної вибірки став одним із основних оперуючих методів у практичній частині нашого дослідження, адже саме він дам нам змогу віднайти яскраві зразки публічних виступів Джека Ма – всесвітньо відомого підприємця та оратора, та підкріпити практичну чінність роботи влучними прикладами мовою оригіналу.

Отже, ми можемо зазначити, що наявна достатня кількість наукових праць, спрямованих на дослідження лексико-семантичних та граматичних особливостей публіцистичного дискурсу європейських мов, але кількість китайськомовних досліджень є дуже незначною. Саме цей факт сприяв встановленню мети, завдань та методології нашого дослідження.

Для здійснення комплексного багатоаспектного дослідження лінгвостилістичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу на лексико-семантичному, стилістичному та граматичному рівнях, ми скористалися загальнонауковими методами, що включають дедукцію та індукцію, аналіз та синтез; а також спеціальними лінгвістичними методами, такі як метод функційного аналізу, дескриптивний метод, порівняльно-історичний метод, метод компонентного аналізу,

зіставний метод, стилістичний метод, контекстуально-інтерпретаційний метод та дискурсивний метод.

Висновки до розділу 2

Задля здійснення комплексного багатоаспектного дослідження лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу ми застосували комунікативний, дискурсивний, семіотичний, дескриптивний та критичний підходи, а також комплекс загальнонаукових (дедукція, індукція, аналіз, синтез) та спеціальних лінгвістичних методів дослідження.

Функційний аналіз дозволив визначити роль, практичне призначення об'єкта як сукупності взаємопов'язаних елементів. Він базується на засадах, що певна функція може бути реалізована різними засобами мови, а той самий засіб здатен виконувати різні функції, таким чином, у нашому дослідженні на основі обраних лексико-семантичних та граматичних одиниць було проаналізовано, які функції можуть виконувати ці одиниці у публіцистичному дискурсі.

За допомогою дескриптивного методу ми описали досліджувані мовні явища та одиниці, їх особливості та функції.

Порівняльно-історичний метод дав змогу розтлумачити сенс вживаних мовних елементів, дослідивши їхню етимологію.

Скориставшись методом лінгвістичної географії, ми проаналізували особливості діалекту провінції Чжецзян, звідки родом відомий китайський підприємець Джек Ма, та діалектних слів, які він використовує у своїх промовах.

Ключовим ядром методу компонентного аналізу є розподіл значення лексичної одиниці на складові елементи. Саме такий метод допоміг нам глибше зануритись у початковий зміст китайського слова, до того ж здійснити якісний та адекватний переклад чен'юїв, прислів'їв та приказок

вживаних у сучасних промовах підприємця.

Ми також скористалися зіставним методом для ідентифікації специфічних подібностей та відменностей китайської та української мов.

Інтент-аналіз дозволив нам оптимізувати лексичні інструменти впливу Джека Ма на китайське та міжнародне суспільство, дослідити вплив такої комунікації на публіцистичний дискурс вцілому.

За допомогою контекстуально-інтерпретаційного методу ми проаналізували комунікативну мету при застосуванні певних лексико-семантичних та граматичних одиниць.

Саме сукупність використаних зазначених нижче методів сприяла комплексному дослідженню та отриманню нових даних з тематики дослідження. Використавши загальнонаукові методи, ми дослідили взаємозв'язок публіцистичного дискурсу з різноманітними науками, такими як психологія, соціологія, політологія, філософія, а ін.

За допомогою лінгвістичних методів ми провели детальне дослідження в мовознавчому аспекті, визначили лексико-семантичні та граматичні особливості публіцистичних промов в аспекті сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу. Використавши зазнвчені вище методи, ми дослідили базу наукових теоретичних та методологічних джерел з тематики дослідження, а метод суцільної вибірки був застосований для пошуку та збору необхідного матеріалу дослідження, що включає онлайн презентації промов Джека Ма, відібрані фрагменти з яких лягли в основу практичного розділу нашої роботи.

РОЗДІЛ 3 ФУНКЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ТА ГРАМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ СУЧАСНОГО КИТАЙСЬКОМОВНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

3.1 Специфіка та способи вираження лексико-семантичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу

Використовуючи теоретико-методолгічну базу щодо інструментів дослідження публіцистичного дискурсу, у цьому розділі ми ставимо собі за мету практично дослідити лінгвістичні особливості сучасних китайськомовних публічних промов бізнесмена Джека Ма на двох рівнях: лексико-семантичному та граматичному.

Практичним матеріалом дослідження промови відомого китайського підприємця Джека Ма, що були відібрані з китайських сайтів методом суцільної вибірки. Серед них: 1) 马云 2020 届上海纽约大学本科毕业典礼致辞全文 – урочиста промова Джека Ма до церемонії випускників бакалавріату Нью-Йоркського університету в Шанхаї 2020 року; 2) 马云 2015 纽约励志演讲稿 – мотиваційна промова Джека Ма в Нью-Йорку 2015 року; 3) 2020 年马云外滩金融峰会演讲 – урочиста промова Джека Ма на фінансовому саміті Bund Summit 2020 у Шанхаї 23-25 жовтня 2020 року.

Варто зазначити, що основною тематикою промов Джека Ма є:

- мотиваційні промови для студентів та випускників університетів (励志演讲);
- розповідь про свій життєвий шлях (马云人生道路);
- народження економічних гігантів 阿里巴巴集团 Alibaba Group та 蚂蚁集团 Ant Group (阿里巴巴集团和蚂蚁集团的创造);
- секрети успіху (成功的秘诀);
- китайсько-американські відносини (中美关系);

- сумісне будівництво ініціативи “Один пояс – один шлях” (共建“一带一路”倡议);
- розвиток економіки, світові тенденції, захист навколишнього середовища (经济发展，世界趋势，环境保护);
- світ у часи пандемії коронавірусу COVID-19 (新冠疫情带来的巨变和机会);
- боротьба з корупцією та нерівністю населення (腐败和层面不平斗争);
- кібербезпека (网络安全) та інші.

Для нашого дослідження ми вибрали три промови, які висвітлюють різні актуальні теми: 1) світ в епоху коронавірусу COVID-19 та настанови по життю для молодого покоління; 2) життєвий шлях Джека Ма з мотиваційними висновками; 3) китайсько-американські відносини та електронна комерція, розвиток світової економіки.

Перш за все, варто сказати про чітку та лаконічну структуру промов – кожна з них має вступ, що включає звертання до певної аудиторії; основну частину з головною метою виступу, що визначається тематикою комунікативної ситуації; та заключну частину з підсумками та побажаннями.

Проаналізувавши матеріал, ми можемо побачити, що у вступній частині Джек Ма використовує лексику високого стилістичного тону (наприклад, 荣幸 róngxìng – мати честь), що є властивим такому стилю промов:

也很高兴，特别荣幸，在这个特殊时期，用这种特别的方法，参与大家人生中最重要的时刻。*Yě hěn gāoxìng, tèbié róngxìng, zài zhège tèshū shíqí, yòng zhè zhǒng tèbié de fāngfǎ, cānyǔ dàjiā rénshēng zhōng zuì zhòngyào de shíkè.* – *Я дуже радий, що мені випала така нагода розділити з вами цей прекрасний момент у такий особливий період, ще й таким незвичайним способом* (毕业典礼, 2020).

У публіцистичному дискурсі широко використовується термінологічна лексика, яка залежить від конкретної теми тексту або промови. Це можуть бути економічні, військові, наукові, медичні, технічні терміни. Для такої лексики характерна однозначність, слова використовуються у прямому предметно-логічному значенні. У промовах Джека Ма ми відслідкували часте використання економічної термінології. Це зумовлено сферою діяльності мовця та його професійними знаннями:

当时我们注意到美国的电子商务致力于帮助大公司，帮助他们节约成本。*Dāngshí wǒmen zhùyì dào měiguó de diànzǐ shāngwù zhìlìyú bāngzhù dà gōngsī, bāngzhù tāmen jiéyuē chéngběn. – Тоді ми помітили, що електронна комерція у Сполучених Штатах була спрямована на великі компанії, допомагала їм економити витрати на собівартість* (励志演讲, 2015).

去年我们的销售额是 3900 亿美元。*Qùnián wǒmen de xiāoshòué shì 3900 yì měiyuán. – Минулого року наші продажі склали 390 мільярдів доларів США* (金融峰会, 2020).

我们会引导更多流量给他们。*Wǒmen huì yǐndǎo gèng duō liúliàng gěi tāmen. – Ми надамо їм більше трафіку* (金融峰会, 2020).

去年双十一，我们的交易额高达 97 亿美元，第一分钟有 240 万消费者涌入。*Qùnián shuāngshíyī, wǒmen de jiāoyìé gāodá 97 yì měiyuán, dì yī fēnzhōng yǒu 240 wàn xiāofèizhě yǒngrù. – Минулого року 11 листопада наш оборот сягнув 9,7 мільярдів доларів США, за першу хвилину в той день на сайт зайшло 2,4 млн людей (споживачів)* (金融峰会, 2020).

До того ж, варто зазначити, що у відносно нещодавніх промовах за 2020-2021 роки використовуються такі слова як 疫情 *yìqíng епідемія* та 问诊 *wènzhěn опитування пацієнтів*, що відносяться до медичної термінології. Це зумовлено важливістю проблеми пандемії в усіх сферах життя суспільства, тому у свіжих виступах так чи інакше згадується тема коронавірусу:

一毕业就碰上了全世界范围内的疫情。*Yī bìyè jiù pèng shàngle quán shìjiè fànwéi nèi de yìqíng. – Тільки вийшли з університетського гнізда, як вже маєте зіткнутися із світовою пандемією* (毕业典礼, 2020).

后来疫情蔓延到全球，武汉的同学又帮捷克的同学向中国医生问诊，搜集信息翻译成英文发给对方。*Hòulái yìqíng mànyán dào quánqiú, wǔhàn de tóngxué yòu bāng jiékè de tóngxué xiàng zhōngguó yīshēng wèn zhěn, sōují xìnxī fānyì chéng yīngwén fā gěi duìfāng. – А після того, як епідемія розповсюдилася на весь світ, вже студенти з Уханю допомагали студентам з Чехії наводити медичні довідки для китайських лікарів, збирати інформацію, перекладати її на англійську та передавати один одному* (毕业典礼, 2020).

У сучасній китайській мові важливу роль відіграють веньянізми (文言词 *wényáncí*), що походять від стародавньої літературної мови веньянь. Ця мова лаконічна та змістовна, тому її елементи використовуються у публіцистичному дискурсі дуже часто:

因为疫情，因为这个灾难，你们学习了应该如何去思考这个世界的巨变，以及如何在巨大的变化面前如何承担自己的责任，如何改变自己去适应未来。*Yīnwèi yìqíng, yīnwèi zhège zāinàn, nǐmen xuéxíle yīnggāi rúhé qù sīkǎo zhège shìjiè de jùbiàn, yǐjí rúhé zài jùdà de biànhuà miànqián rúhé chéngdān zìjǐ de zérèn, rúhé gǎibiàn zìjǐ qù shìyìng wèilái. – Саме завдяки цій катастрофі у вигляді пандемії, ви навчилися переносити глобальні зміни на своє життя, навчилися кожен нести свою відповідальність у такий період та змінюватися заради майбутнього* (毕业典礼, 2020). У цьому реченні 如何 *rúhé* замінює 怎么 *zěnme* в мові байхуа 白话, а 以及 *yǐjí* замінює 还有 *háiyǒu*. До того ж, пропонуємо звернути увагу, що в українському перекладі ми вирішили опустити постійний повтор слова 如何 *rúhé як*.

人类发展史上，我们从来不缺灾难，但很少像今天这样，灾难以后酝酿着巨大的世界不安，这确实令人担忧。*Rénlèi fāzhǎn shǐshàng, wǒmen cónglái bu quē zāinàn, dàn hěn shǎo xiàng jīntiān zhèyàng, zāinàn yǐhòu*

yùnniàngzhe jùdà de shìjiè bù'ān, zhè quèshí lìng rén dānyōu. – Людству завджи вистачало проблем за всю історію розвитку, але було небагато таких ситуацій, коли катастрофа тягла за собою великий неспокій для всього світу, і це сумно (毕业典礼, 2020). У цьому реченні можемо спостерінати як автор використовує 令人 *lìng rén* замість 让人 *ràng rén* в байхуа 白话).

今天世界的问题，就是因为看到了太多彼此之间的不同和分歧。*Jīntiān shìjiè de wèntí, jiùshì yīnwèi kàndàole tài duō bǐcǐ zhījiān de bùtóng hé fēnqí. – Проблема сьогоднішнього світу в тому, що ми вгледіли надто багато різного один в одному* (毕业典礼, 2020).

中美两国的不同，几百年来都无法改变。*Zhōngměi liǎngguó de bùtóng, jǐ bǎi nián lái dōu wúfǎ gǎibiàn. – У Китаю та США завжди були відмінності протягом декількох сотен років* (毕业典礼, 2020).

Часто зустрічаються також чотирьохморфемні словосполучення, що побудовані по лексико-граматичним нормам мови веньянь:

现在的中国，中产阶层的数量和美国人口大致相当。*Xiànzài de zhōngguó, zhōngchǎn jiēcéng de shùliàng hé měiguó rénkǒu dàzhìxiāngdāng. – На сьогоднішній день численність середнього класу населення в Китаї та в США приблизно однакова* (励志演讲, 2015).

24 小时内，8 万个中国家庭就将 160 吨车厘子一抢而空。*24 Xiǎoshí nèi,8 wàn gè zhōngguó jiātíng jiù jiāng 160 dūn chē lí zi yī qiǎng ér kōng. – Ось так за 24 години 80 тисяч китайських сімей вмить розкупили 160 тон черешні* (励志演讲, 2015).

今天人类知识的沉淀、信息处理的能力和抗风险的能力是有史以来最强大的。*Jīntiān rénlèi zhīshì de chéndiàn, xìnxī chǔlǐ de nénglì hé kàng fēngxiǎn de nénglì shì yǒushǐyǐlái zuì qiángdà de. – На сьогоднішній день знання людства, вміння обробки інформації та знатність протидіяти небезпеці знаходяться на найвищому рівні за всю історію* (毕业典礼, 2020).

今天我们已经看到，世界面临了百年未有的危机。*Jīntiān wǒmen yǐjīng*

kàn dào, shìjiè miànlínle bǎiniánwèiyǒu de wéijī. – Сьогодні ми спостерігаємо за світом, що опинився перед небувалою небезпекою (毕业典礼, 2020).

Будь-яка публіцистична промова неможлива без зображально-виражальних засобів. У китайській мові вони представлені емоційно забарвленими словами та фразеологізмами, різновидами категорії порівняння (比喻 *bǐyù*), сталими виразами чен'юй (成语 *chéngyǔ*).

Варто сказати, що під впливом паднемії коронавірусу COVID-19 у промовах Джека Ма 2020-2021 року переважають такі емоційно забарвлені слова як 麻烦 *máfan проблема*, 困难 *kùnnán складнощі,* 困境 *kùnjìng скрутне становище,* 灾难 *zāinàn біда, катастрофа,* 巨变 *jùbiàn великі зміни, переворот,* 危机 *wéijī критичний момент, небезпека,* 强大 *qiángdà великий, могутній,* 使命 *shǐmìng доля, місія, призначення,* 挑战 *tiǎozhàn виклик*. Усі вони мають емоційне забарвлення та підкреслюють важливість тематики:

但是今年的毕业，看起来麻烦很多，麻烦也很大，一毕业就碰上了全世界范围内的疫情，无论是找工作还是继续升学，都面临着前所未有的困难，这些困难可能大家以前都没有想过，但没办法，这就是人生！*Dànshì jīnnián de bìyè, kàn qǐlái máfan hěnduō, máfan yě hěn dà, yī bìyè jiù pèng shàngle quán shìjiè fànwéi nèi de yìqíng, wúlùn shì zhǎo gōngzuò háishì jìxù shēngxué, dōu miànlínzhe qiánsuǒwèiyǒu de kùnnán, zhèxiē kùnnán kěnéng dàjiā yǐqián dōu méiyǒu xiǎngguò, dàn méi bànfǎ, zhè jiùshì rénshēng! – Очевидно, що випуск цього року більш клопіткий, ніж зазвичай – ви тільки вийшли з університетського гнізда, як вже маєте зіткнутися зі світовою пандемією. А далі чи шукати роботу, чи продовжувати навчання – все одно всі опиняться перед обличчям небувалих труднощів, які ніхто не міг собі уявити. Але це і є життя* (毕业典礼, 2020)!

今年全世界那么多的毕业生，大家都一样，都碰上了同样的困境，这个时候，你的态度、你的行动决定了你的未来。*Jīnnián quán shìjiè nàme duō de bìyè shēng, dàjiā dōu yīyàng, dōu pèng shàngle tóngyàng de kùnjìng, zhège*

shíhòu, nǐ de tàidù, nǐ de xíngdòng juédìngle nǐ de wèilái. – Сьогодні у світ вийшло багато нових випускників, і всі однакові, всі знаходяться в однакових нелегких умовах. Тому зараз вирішальними для вашого майбутнього є ваш настрій та дії (毕业典礼, 2020).

因为疫情，因为这个灾难，你们学习了应该如何去思考这个世界的巨变，以及如何在巨大的变化面前如何承担自己的责任，如何改变自己去适应未来。*Yīnwèi yìqíng, yīnwèi zhège zāinàn, nǐmen xuéxíle yīnggāi rúhé qù sīkǎo zhège shìjiè de jùbiàn, yǐjí rúhé zài jùdà de biànhuà miànqián rúhé chéngdān zìjǐ de zérèn, rúhé gǎibiàn zìjǐ qù shìyìng wèilái. – Саме завдяки цій катастрофі у вигляді пандемії, ви навчилися переносити глобальні зміни на своє життя, навчилися кожен нести свою відповідальність у такий період та змінюватися заради майбутнього* (毕业典礼, 2020).

今天我们已经看到，世界面临了百年未有的危机。*Jīntiān wǒmen yǐjīng kàn dào, shìjiè miànlínliǎo bǎinián wèi yǒu de wéijī. – Сьогодні ми спостерігаємо за світом, що опинився перед небувалою небезпекою* (毕业典礼, 2020).

今天人类知识的沉淀、信息处理的能力和抗风险的能力是有史以来最强大的。*Jīntiān rénlèi zhīshì de chéndiàn, xìnxī chǔlǐ de nénglì hé kàng fēngxiǎn de nénglì shì yǒushǐ yǐlái zuì qiáng dà de. – На сьогоднішній день знання людства, вміння обробки інформації та знатність протидіяти небезпеці знаходяться на найвищому рівні за всю історію* (毕业典礼, 2020).

未来，为中国和美国，为世界找到共同的方向，共同的合作的方向，这个使命只有年轻人去完成，这是大家的担当。*Wèilái, wéi zhōngguó hé měiguó, wèi shìjiè zhǎodào gòngtóng de fāngxiàng, gòngtóng de hézuò de fāngxiàng, zhège shǐmìng zhǐyǒu niánqīng rén qù wánchéng, zhè shì dàjiā de dāndāng. – У майбутньому буде відповідальна міссія , яку зможете виконати тільки ви, молоде покоління, - це знайти спільний шлях для Китаю та США, а також для усього світу вцілому* (毕业典礼, 2020).

未来的路上，充满了挑战，也充满希望。*Wèilái de lùshàng, chōngmǎnle tiǎozhàn, yě chōngmǎn xīwàng. – Майбутнє сповнене викликів та надій* (毕业典礼, 2020).

Щодо порівнянь (比喻 *bǐyù*), то вони поділяються на явні (明喻 *míngyù*) та приховані (隐喻 *yǐnyù*). Крім того, є метафори (借喻 *jièyù*) та епітети.

Досліджувані нами промови багаті на явні порівняння. У наведеному нижче прикладі спостерігаємо, як мовець образно порівнює пандемію з уроком для людства:

你们至少比任何一届的学生多学了一门课，多修了一个学分，这门课没有考试，但比任何一门课都尤其重要。因为疫情，因为这个灾难，你们学习了应该如何去思考这个世界的巨变…我也和大家一样，都是刚刚开始学习这门课。*Nǐmen zhìshǎo bǐ rènhé yī jiè de xuéshēng duō xuéle yī mén kè, duō xiūle yīgè xuéfēn, zhè mén kè méiyǒu kǎoshì, dàn bǐ rènhé yī mén kè dōu yóuqí zhòngyào. Yīnwèi yìqíng, yīnwèi zhège zāinàn, nǐmen xuéxíle yīnggāi rúhé qù sīkǎo zhège shìjiè de jùbiàn…wǒ yě hé dàjiā yì yàng, dōu shì gānggāng kāishǐ xuéxí zhè mén kè. – Якщо порівнювати з випускниками минулих років, то ви вивчили на один предмет більше – це предмет, де немає екзамену, але він важливіший за будь-який інший. Саме завдяки цій катастрофі у вигляді пандемії, ви навчилися переносити глобальні зміни на своє життя...і я, як і ви, починаю у нього занурюватися та вчитися* (毕业典礼, 2020).

У виступі про електронну комерцію та економіку у Китаї та США, Джек Ма застосував такі порявняння:

电子商务在美国如同餐后甜点，它是对主流商业的补充。但是在中国，电子商务已经成为主菜。*Diànzǐ shāngwù zài měiguó rútóng cān hòu tiándiǎn, tā shì duì zhǔliú shāngyè de bǔchōng. Dànshì zài zhōngguó, diànzǐ shāngwù yǐjīng chéngwéi zhǔ cài. – У США електронна комерція – це як десерт, як доповлення до основної офлайн торгівлі. А у Китаї електронна комерція стала основним блюдом* (励志演讲, 2015).

中国的金融和其他刚成长起来的发展中国家一样，在金融业是青春少年。*Zhōngguó de jīnróng hé qítā gāng chéngzhǎng qǐlái de fǎ zhǎn zhōng guójiā yì yàng, zài jīnróng yè shì qīngchūn shàonián. – Фінансова система у Китаї, як і в інших країнах, що розвиваються, – це просто підліток, де немає зрілої цілісної екосистеми* (金融峰会, 2020).

У наступному прикладі з промови, де бізнесмен розповідає про своє життя, бачимо метафору 风雨 *fēngyǔ* (дослівно – вітри та дощі, непогода), що означає “життєві складнощі”:

20 年风雨过去，我存活了下来。*20 Nián fēngy guòqù, wǒ cúnhuóle xiàlái. – Пройшло 20 тяжких років, але я вижив* (励志演讲, 2015).

Накінець, варто сказати, що у сучасному китайському публіцистичному дискурсі широко використовуються сталі вирази чен’юй (成语), і промови Джека Ма не є виключенням. Розглянемо наступні приклади:

我们和亚马逊不一样的还有，亚马逊是一个购物中心，你去逛亚马逊，去买你想要买的东西，就和产品展示的一模一样。Wǒmen hé yàmǎxùn bù yīyàng de hái yǒu, yàmǎxùn shì yīgè gòuwù zhòng xīn, nǐ qù guàng yàmǎxùn, qù mǎi nǐ xiǎng yāomǎi de dōngxī, jiù hé chǎnpǐn zhǎnshì de yītúyīyàng. – Ще одна відмінність між нами та Amazon полягає в тому, що Amazon - це як торгівельний центр. Ви заходите на Amazon, купуєте те, що хочете, і воно не відрізняється від картинки на сайті (励志演讲, 2015).

阿里巴巴无处不在，你们的未来打算是什么？*Ālǐ bābā wú chù bùzài, nǐmen de wèilái dǎsuàn shì shénme? – Alibaba просто скрізь, що ви плануєте робити у майбутньому* (励志演讲, 2015)?

2013 年，也是在上海，我跑到上海陆家嘴的金融峰会发表了一通互联网金融的异想天开的观点。*2013 Nián, yěshì zài shànghǎi, wǒ pǎo dào shànghǎi lùjiāzuǐ de jīnróng fēnghuì fābiǎole yītòng hùliánwǎng jīnróng de yìxiǎngtiānkāi de guāndiǎn. – У 2013 році, також у Шанхаї, я відвідав фінансовий самміт, що*

проходив у районі Луцзяцзю у Шанхаї, і поділився своїми мрійливими поглядами щодо питання Інтернет-фінансів (金融峰会, 2020).

但是我想我们这批人，有一个东西是责无旁贷的，就是为未来思考的责任。*Dànshì wǒ xiǎng wǒmen zhè pī rén, yǒu yīgè dōngxī shì zéwúpángdài de, jiùshì wèi wèilái sīkǎo de zérèn. – Але думаю, у нас з вами є одна річ, яка є нашим прямим обов'язком, і це – відповідальність за майбутнє* (金融峰会, 2020).

我想我反正已经退休，在非官方的论坛上，畅所欲言一下，分享一个外行非专业人士的专业观点。*Wǒ xiǎng wǒ fǎnzhèng yǐjīng tuìxiū, zài fēi guānfāng dì lùntán shàng, chàngsuǒyùyán yīxià, fēnxiǎng yīgè wàiháng fēi zhuānyè rénshì dì zhuānyè guāndiǎn. – І я подумав, все одно я вже на пенсії. Чому б не виступити на цьому неофіційному форумі, де я можу вільно поділитися своїми думками як непрофесіонал і неспеціаліст* (金融峰会, 2020)?

无论是找工作还是继续升学，都面临着前所未有的困难。*Wúlùn shì zhǎo gōngzuò háishì jìxù shēngxué, dōu miànlínzhe qiánsuǒwèiyǒu de kùnnán. – А далі чи шукати роботу, чи продовжувати навчання – все одно всі опиняться перед обличчям небувалих труднощів, які ніхто не міг собі уявити* (毕业典礼, 2020).

Завдяки своїй самобутній природі чен'юї надають текстам публіцистичного стилю своєрідний національний колорит.

Отже, у ході лінгвістичного аналізу промов Джека Ма ми мали змогу виявити такі лексико-семантичні особливості сучасного публіцистичного дискурсу: вживання офіційної лексики високого тону на початку промови при зверненні до аудиторії, широке використання економічної та торгівельної термінології, веньянізмів та таких зображально-виражальних засобів як емоційно забарвлені слова, порівняння, фразеологізми та сталі вирази. Варто додати, що тексти поєднують у собі специфіку різних стилів,

таких як офіційний, наувокий та розмовний, що призводить до ефект стилістичної неоднорідності.

3.2 Специфіка та способи вираження граматичних особливостей публіцистичного дискурсу у сучасній китайській мові

Для реалізації основної мети публіцистичного публічного виступу – інформування та впливу, важливо також детально розглянути граматичний аспект.

Так як тексти публіцистичного дискурсу мають володіти логікою та аргументованістю, для них характерне широке використання складних речень. У творах китайської публіцистики використовуються практично усі структурно-семантичні типи та різновиди складних речень. Результатом цього є використання службових слів як з мови байхуа (白话), так і з мови веньянь (文言), що утворюють низку засобів і прийомів синтаксичного зв'язку.

Веньянь (文言文) – класична китайська мова, у певній мірі є широкозастосованим інструментом, що поєднує у собі традиційні та сучасні лінгвістичні компоненти. Прийменники, сполучники та службові слова з веньяню суттєво та свідомо залучаються у мовленні. Таким чином зберігається лінгвістична специфіка публіцистичної мови та надається більш офіційне забарвлення.

У ході дослідження промов Джека Ма, до найбільш вживаних граматичних елементів можемо віднести: прийменники 以, 为, 于 сполучники 与, 而 та службові слова 将, 者.

Прийменник 以 може виступати у реченні як інструмент, що застосовується суб'єктом під час виконання дії, також він може виконувати функцію додатку умови, причини або мети. Розглянемо детальніше один із прикладів його використання:

IT 时代的思想是以我为主，让自己变得更强大，我们比拼的是肌肉。*IT shídài de sīxiǎng shì yǐ wǒ wéi zhǔ, ràng zìjǐ biàn dé gèng qiángdà, wǒmen bǐpīn de shì jīròu. – Епоха IT крутиться навколо егоцентризму, кожен прагне стати краще, основне мірило – сила* (毕业典礼, 2020).

З поданого прикладу можемо побачити, що у виразі 以我为主, прийменник 以 представлений у конструкції 以...为..., де виконує роль введення додатку 我. Конструкція має значеняя “сприймати щось за щось”, і у цьому випадку вираз перекладається як *егоцентризм* (дослівно: сприймати себе як за головне/основу).

Прийменник 为 у більшості випадків вказує на предмет, явище або особу, задля якої здійснюється дія. Наприклад:

但是我想我们这批人，有一个东西是责无旁贷的，就是为未来思考的责任。*Dànshì wǒ xiǎng wǒmen zhè pī rén, yǒu yīgè dōngxī shì zéwúpángdài de, jiùshì wèi wèilái sīkǎo de zérèn. – Але думаю, у нас з вами є одна річ, яка є нашим прямим обов’язком, і це – відповідальність за майбутнє* (金融峰会, 2020).

我理解这句话讲的是一种责任，讲的是为未来、为明天、为下一代去担当。*Wǒ lǐjiě zhè jù huà jiǎng de shì yī zhǒng zérèn, jiǎng de shì wèi wèilái, wéi míngtiān, wèi xià yīdài qù dāndāng. – Я розумію, що під цими словами мається на увазі відповідальність за майбутнє, завтрашній день і наступне покоління* (金融峰会, 2020).

更让我们自豪的是，我们为中国直接和间接地提供了 1400 万个就业机会。我们在中国乡村创造就业机会，我们为中国女性提供就业机会。*Gèng ràng wǒmen zìháo de shì, wǒmen wéi zhōngguó zhíjiē hé jiànjiē dì tígōngle 1400 wàn gè jiùyè jīhuì. Wǒmen zài zhōngguó xiāngcūn chuàngzào jiùyè jīhuì, wǒmen wéi zhōngguó nǚxìng tígōng jiùyè jīhuì. – А ще більше ми пишаємося тим, що прямо та опосередковано надали Китаю 14 мільйонів робочих місць. Ми*

створюємо робочі місця в сільській місцевості Китаю і для жінок (励志演讲, 2015).

Окрім цього, прийменник 为 може вводити додаток у речення та виступати у ролі відповідника прийменників “як”, “за” в українській мові, які у перекладі часто еліпсуються:

到了 1999 年，我邀请 18 个好友到家里，我们决定再一次尝试，并且把网站命名为 alibaba.com。*Dàole 1999 nián, wǒ yāoqǐng 18 gè hǎoyǒu dào jiālǐ, wǒmen juédìng zài yī cì chángshì, bìngqiě bǎ wǎngzhàn mìngmíng wèi alibaba.com. – У 1999 році я запросив 18 друзів до себе додому, і ми вирішили спробувати ще раз, тоді і назвали веб-сайт **(як)** alibaba.com* (励志演讲, 2015).

我们为这些事情感到自豪。*Wǒmen wèi zhèxiē shìqíng gǎndào zìháo. – Ми пишаємось цим (Ми пишаємося **за** все те, що ми зробили)* (励志演讲, 2015).

Прийменник 于 застосовується для позначення часу, місця розташування та сфери застосування і є аналогом сучасного прийменника 在 та 从:

阿里巴巴诞生于 1999 年。*Ālǐ bābā dànshēng yú 1999 nián. – Компанія Alibaba виникла у 1999 році* (励志演讲, 2015).

毕业于这两个伟大城市合作的大学，在这个时候，我相信你们的命运里肯定有与众不同的使命。*Bìyè yú zhè liǎng gè wěidà chéngshì hézuò de dàxué, zài zhège shíhòu, wǒ xiāngxìn nǐmen de mìngyùn lǐ kěndìng yǒu yǔ zhòng bùtóng de shǐmìng. – Я впевнений, що зараз, випустившись з цього університету, який народився зі співпраці двох великих міст, у вас по життю буде багато різних особливих та важливих місій та задач* (毕业典礼, 2020).

Він також є невід’ємним компонентом сталих словосполучень типу 致力于 – займатись чимось, працювати над; 借助于 – за допомогою; 有利于 – в інтересах когось або чогось, сприятливо впливати на і тд:

当时我们注意到美国的电子商务致力于帮助大公司，帮助他们节约成本。*Dāngshí wǒmen zhùyì dào měiguó de diànzǐ shāngwù zhìlì yú bāngzhù dà*

gōngsī, bāngzhù tāmen jiéyuē chéngběn. – Тоді ми помітили, що електронна комерція у Сполучених Штатах була спрямована на великі компанії, допомагала їм економити витрати на собівартість (励志演讲, 2015).

过去 20 年，中国一直致力于出口，而我认为接下来 10 年-20 年，中国应该把注意力集中在进口方面。*Guòqù 20 nián, zhōngguó yīzhí zhìlì yú chūkǒu, ér wǒ rènwéi jiē xiàlái 10 nián-20 nián, zhōngguó yīnggāi bǎ zhùyì lì jízhōng zài jìnkǒu fāngmiàn. – За останні 20 років сили Китаю були спрямовані в основному на експорт. Але я вважаю, що наступні 10-20 років треба зконцентруватися на імпорті* (励志演讲, 2015).

美国习惯于帮助大型企业，这就好比美国人擅长于打篮球; 而在中国，我们应该会去打乒乓球，去帮助那些小公司。*Měiguó xíguàn yú bāngzhù dàxíng qǐyè, zhè jiù hǎobǐ měiguó rén shàncháng yú dǎ lánqiú; ér zài zhōngguó, wǒmen yīnggāi huì qù dǎ pīngpāng qiú, qù bāngzhù nàxiē xiǎo gōngsī. – США звикли допомагати великим компаніям, що, схоже на те, як американці вміють грати в баскетбол; а у нас в Китаї ми граємо в пінг-понг, і допомагаємо невеликим компаніям* (励志演讲, 2015).

因此，我们的业务一直专注于帮助小企业在网络上赚钱。*Yīncǐ, wǒmen de yèwù yīzhí zhuānzhù yú bāngzhù xiǎo qǐyè zài wǎngluò shàng zhuànqián. – Тому наш бізнес був зосереджений на тому, щоб допомогти малим підприємствам заробляти гроші в Інтернеті* (励志演讲, 2015).

Сполучник 与 поєднує рівнозначні однорідні члени речення та є аналогом таких сучасних сполучників як 同，和，跟. Прикладом можуть слугувати такі речення:

但这不是一场国与国之间的战争，这是一场我们携手对抗疾病，贫穷和气候变化的战争。*Dàn zhè bùshì yī chǎng guó yǔ guózhī jiān de zhànzhēng, zhè shì yī chǎng wǒmen xiéshǒu duìkàng jíbìng, pínqióng hé qìhòu biànhuà de zhànzhēng. – Але це не війна між країнами, а наша спільна війна з хворобами,*

бідністю та кліматичними змінати. Це майбутнє нашого людства (励志演讲, 2015).

也很高兴，特别荣幸，在这个特殊时期，用这种特别的方法，参与大家人生中最重要的时刻。*Yě hěn gāoxìng, tèbié róngxìng, zài zhège tèshū shíqí, yòng zhè zhǒng tèbié de fāngfǎ, cānyǔ dàjiā rénshēng zhōng zuì zhòngyào de shíkè.* – *Я дуже радий, що мені випала така нагода розділити з вами цей прекрасний момент у такий особливий період, ще й таким незвичайним способом* (毕业典礼, 2020).

Сполучник 而, традиційно, може здійснювати дві функції: єднання та протиставлення. У матеріалах дослідження зустрічаємо тільки такі випадки вживання 而 як противставного сполучника, в українському варіанті перекладаємо його як протиставний сполучник “а” :

中美两国的不同，几百年来都无法改变，也是不应该去改变，我们需要的不是去改变不同，而是寻找相同，尊重不同。*Zhōng měi liǎng guó de bùtóng, jǐ bǎi nián lái dōu wúfǎ gǎibiàn, yěshì bù yìng gāi qù gǎibiàn, wǒmen xūyào de bùshì qù gǎibiàn bùtóng, ér shì xúnzhǎo xiāngtóng, zūnzhòng bùtóng.* – *Китай та США різні – так було, і немає потреби це змінювати. Ми маємо знаходити схожості і поважати відмінності, а не змінювати їх* (毕业典礼, 2020).

现在的中国，中产阶层的数量和美国人口大致相当。而我们认为，未来十年中国将有五亿人口成为中产阶层。*Xiànzài de zhōngguó, zhōngchǎn jiēcéng de shùliàng hé měiguó rénkǒu dàzhì xiāngdāng. Ér wǒmen rènwéi, wèilái shí nián zhōngguó jiāng yǒu wǔ yì rénkǒu chéngwéi zhōngchǎn jiēcéng.* – *На сьогоднішній день численність середнього класу населення в Китаї та в США приблизно однакова. Але ми думаємо, що протягом наступних 10 років це число у Китаї зросте до 500 мільйонів* (励志演讲, 2015).

IT 时代的思想是以我为主，让自己变得更强大，我们比拼的是肌肉；而 DT 时代的思想是利他主义，只有让别人好我才能变得更好，比拼的是智

慧。*IT shídài de sīxiǎng shì yǐ wǒ wéi zhǔ, ràng zìjǐ biàn dé gèng qiángdà, wǒmen bǐpīn de shì jīròu; ér DT shídài de sīxiǎng shì lìtā zhǔyì, zhǐyǒu ràng biérén hǎo wǒ cáinéng biàn dé gèng hǎo, bǐpīn de shì zhìhuì. – Епоха IT крутиться навколо егоцентризму, кожен прагне стати краще, основне мірило – сила. А епоха DT стоїть на альтруїзмі, тобто на понятті "мені буде добре, коли усім навколо добре", в такому випадку основне мірило – розум та мудрість* (励志演讲, 2015).

我们要解决的是未来的问题，而不是过去的问题，我们更加不应该用过去的方法去解决未来的问题。*Wǒmen yào jiějué de shì wèilái de wèntí, ér bùshì guòqù de wèntí, wǒmen gèngjiā bù yìng gāi yòng guòqù de fāngfǎ qù jiějué wèilái de wèntí. – Питання, що поставатимуть перед нами – це майбутні питання, а не минулі, тому ні в якому разі не можна їх вирішувати старими методами* (毕业典礼, 2020).

在美国，电子商务是商务，而在中国，电子商务是人们的一种生活方式。*Zài měiguó, diànzǐ shāngwù shì shāngwù, ér zài zhōngguó, diànzǐ shāngwù shì rénmen de yī zhǒng shēnghuó fāngshì. – У США електронна комерція – це комерція, а в Китаї – це стиль життя людей* (励志演讲, 2015).

Службове слово 将 виконує функцію показника майбутнього часу, виражає намір здійснити певну дію:

对于美国的小公司来说，利用好电子商务，将是巨大的机会。 *Duìyú měiguó de xiǎo gōngsī lái shuō, lìyòng hǎo diànzǐ shāngwù, jiāng shì jùdà de jīhuì. – Тому електронна комерція – це гарна можливість вирости для малого бізнесу в США* (励志演讲, 2015).

У публіцистичному дискурсі слово 将 часто замінює сучасний прийменник 把:

阿里巴巴已经帮助很多美国的农民将产品卖到中国。*Ālǐ bābā yǐjīng bāngzhù hěnduō měiguó de nóngmín jiāng chǎnpǐn mài dào zhōngguó. – Багато*

фермерів зі Штатів вже продають у Китаї за допомогою сервісу Alibaba (励志演讲, 2015).

24 小时内，8 万个中国家庭就将 160 吨车厘子一抢而空。*24 Xiǎoshí nèi,8 wàn gè zhōngguó jiātíng jiù jiāng 160 dūn chē lí zi yī qiǎng ér kōng. – Ось так за 24 години 80 тисяч китайських сімей розкупили 160 тон черешні* (励志演讲, 2015).

我们未来的目标是将阿里巴巴的业务拓展到全球。*Wǒmen wèiláide mùbiāo shì jiāng ālǐ bābā de yèwù tàzhǎn dào quánqiú. – Наша майбутня мета – популяризувати Alibaba у світі* (励志演讲, 2015).

Службове слово 者 виконує функцію субстантиватора, тобто перетворює дієслово на іменник, і тим самим вказує хто виконав певну дію, наприклад:

消费者 – споживач (дієслово 消费 *споживати* + субстантиватор 者);

实践者 – практик (дієслово 实践 *виконувати*, практикувати + субстантиватор 者);

学者 – вчений, науковець (дієслово 学 *вчити* + субстантиватор 者);

受益者 – бенефіціар (дієслово 受益 *отримувати вигоду* + субстантиватор 者).

Провівши детальний розгляд граматичних особливостей службових частин мови у морфологічному аспекті, варто також дослідити синтаксичні характеристики текстів публіцистичного дискурсу. Синтаксис є одним із найефективніших інструментів у побудові та трансляції власних думок та переконань, а також у вмінні аргументувати свої ідеї, викликати необхідні відчуття та емоції у певної аудиторії.

Із синтаксичної точки зору сучасним китайськомовним публіцистичним промовам притаманне широке використання повних речень з наявними йому головними та другорядними членами та зовсім не властиве вживання еліптичних структур та скорочених мовних зворотів, на відміну від

розмовної мови.

Важливим засобом є прийом емфази, що пов'язаний з трансформацією структури речення, а саме винесення основного на початок речення:

这些困难可能大家以前都没有想过。*Zhèxiē kùnnán kěnéng dàjiā yǐqián dōu méiyǒu xiǎngguò. – Можливо, ви навіть ніколи не думали про ці проблеми* (毕业典礼, 2020). У цьому реченні ми можему спостерігати емфазу додатку 这些困难, а стандартне речення виглядало б так: 大家以前可能都没有想过这些困难。

Окрім емфази, для виділення головної частини у складному реченні існує посилювальна частка 就, за допомогою якої створюється ефект емоційно-логічного виділення певної частини речення:

这些困难可能大家以前都没有想过，但没办法，这就是人生！*Zhèxiē kùnnán kěnéng dàjiā yǐqián dōu méiyǒu xiǎngguò, dàn méi bànfǎ, zhè jiùshì rénshēng! – Можливо, ви навіть ніколи не думали про ці проблеми, але що поробиш – це і є життя* (毕业典礼, 2020)!

今天的麻烦，就是你们这一代年轻人最大的机遇，也是你们为世界能够创造价值的真正机会。*Jīntiān de máfan, jiùshì nǐmen zhè yīdài niánqīng rén zuìdà de jīyù, yěshì nǐmen wèi shìjiè nénggòu chuàngzào jiàzhí de zhēnzhèng jīhuì. – Ці проблеми, які ви переживаєте сьогодні, є найбільшим шансом вашого молодого покоління, а також справжнім цінним шансом від вас для світу* (毕业典礼, 2020).

Для публіцистичного стилю сучасної китайської мови характерне вживання таких стилістичних фігур як риторичне питання (反问) та прийом питання-відповідь. Ці засоби використовуються для створення високої експресивності:

为什么不可以利用我们的系统来帮助大量的美国中小企业？*Wèishéme bù kěyǐ lìyòng wǒmen de xìtǒng lái bāngzhù dàliàng dì měiguó zhōngxiǎo qǐyè? –*

Чому б малим та середнім підприємтсвам США не освоїти нашу платформу (励志演讲, 2015)?

相比美国，为什么中国的电子商务成长速度如此惊人？因为在中国的商业基础建设太差。*Xiāng bǐ měiguó, wèishéme zhōngguó de diànzǐ shāngwù chéngzhǎng sùdù rúcǐ jīngrén? Yīnwèi zài zhōngguó de shāngyè jīchǔ jiànshè tài chà. – Чому у порівнянні зі Сполученими Штатами, ріст електронної комерції в Китаї такий вражаючий? Тому що торгівельна інфраструктура в Китаї нерозвинена* (励志演讲, 2015).

Нерідко у промовах Джека Ма застосовуються такі композиційні прийоми організації синтаксичних структур як 对照 та 排比. Різниця цих паралельних конструкцій полягає у тому, що в 对照 просто порівнюється 2 об'єкта, а в 排比 можуть порівнюватися 2 і більше об'єкта, але обов'язковою умовою є збереження однакової форми та кількості ієрогліфів в усіх частинах речення. Вживання паралельних конструкцій надає мовленню зв'язності, ритмічності, систематизації, та допомагає аудиторії легше зрозуміти складні речення. Ба-навіть більше, використання синтаксичного паралелізму є свого роду засобом емфатичного виділення, що допомагає закцентувати увагу на важливих ідеях, що транслюються у висловлюванні промовця. Розглянемо приклади 对照:

上个世纪，重要的是我怎么想；而这个世纪，21 世纪，别人怎么想变得非常的重要。*Shàng gè shìjì, zhòngyào de shì wǒ zěnme xiǎng; ér zhège shìjì, 21 shìjì, biérén zěnme xiǎng biàn dé fēicháng de zhòngyào. – Минулого століття найважливішим було, як думаю я. А у нашому 21-му столітті важливо, що подумають інші* (毕业典礼, 2020).

在美国，电子商务是商务，而在中国，电子商务是人们的一种生活方式。 *Zài měiguó, diànzǐ shāngwù shì shāngwù, ér zài zhōngguó, diànzǐ shāngwù shì rénmen de yī zhǒng shēnghuó fāngshì. – У США електронна комерція – це комерція, а в Китаї – це стиль життя людей* (励志演讲, 2015).

电子商务在美国如同餐后甜点，它是对主流商业的补充。但是在中国，电子商务已经成为主菜。*Diànzǐ shāngwù zài měiguó rútóng cān hòu tiándiǎn, tā shì duì zhǔliú shāngyè de bǔchōng. Dànshì zài zhōngguó, diànzǐ shāngwù yǐjīng chéngwéi zhǔ cài. – У США електронна комерція – це як десерт, як доповлення до основної офлайн торгівлі. А у Китаї електронна комерція стала основним блюдом* (励志演讲, 2015).

因为这个世界，没有一个人可以只有自己，没有一个国家可以独自解决问题。*Yīnwèi zhège shìjiè, méiyǒu yīgè rén kěyǐ zhǐyǒu zìjǐ, méiyǒu yīgè guójiā kěyǐ dúzì jiějué wèntí. – Тому що немає у світі людини, якій було б добре самій, так само і країна не може вирішити усі питання самостійно* (毕业典礼, 2020).

А тепер розглянемо приклади 排比:

人生这样的意外会很多，学会适应，你就懂得了生活；学会把握，你就会与众不同。*Rénshēng zhèyàng de yìwài huì hěnduō, xuéhuì shìyìng, nǐ jiù dǒngdéliǎo shēnghuó; xuéhuì bǎwò, nǐ jiù huì yǔ zhòng bùtóng. – У житті бувають різні ситуації. Якщо навчишся адаптовуватись до різних ситуацій, то зрозумієш, як жити у цьому світі; а якщо ще й навчишся використовувати можливості, які до тебе приходять – то будеш особливим* (毕业典礼, 2020).

世界往哪里去，未来往哪里去，这一切的关键都在于你们，在于年轻人的选择，在于年轻人的行动。*Shìjiè wǎng nǎlǐ qù, wèilái wǎng nǎlǐ qù, zhè yīqiè de guānjiàn dōu zàiyú nǐmen, zàiyú niánqīng rén de xuǎnzé, zàiyú niánqīng rén de xíngdòng. – Доля світу та майбутнє залежить від вас, від вибору та дій молодого покоління* (毕业典礼, 2020)!

Промови Джека Ма характеризуються полемічністю та емоційною забарвленістю. У мовленні це часто реалізується за допомогою використання великої кількості різних експресивних увиразнюючих граматичних конструкцій, багато з яких є рамочними.

Пропонуємо детальніше розглянути деякі з них.

Перш за все, варто звернути увагу на граматичну конструкцію 只要…，一定… (лише за умови якщо..., обов'язково…). Ця конструкція використовується для емфази частини складного речення, що виражає умову, за якої дія може бути виконана. У матеріалах дослідження можемо зустріти таке вживання конструкції:

我相信，只要大家一起努力、一起学习，一定能够帮助这个世界跨入更加美好的未来。*Wǒ xiāngxìn, zhǐyào dàjiā yì qǐ nǔlì, yīqǐ xuéxí, yīdìng nénggòu bāngzhù zhège shìjiè kuà rù gèngjiā měihǎo de wèilái. – Я вірю, що якщо ми будемо рабом старатися та навчатися, світ обов'язково стане краще! Тобто, як ми бачимо, що у цьому реченні, Джек Ма акцентує увагу слухачів на важливості здійснення певних умов задля досягнення успішних результатів* (毕业典礼, 2020).

Китайський підприємець часто використовує конструкцію 对(于)…来说 (стосовно...; щодо...; якщо казати про...; для...). Метою вживання конструкції є підкреслення точки зору мовця або вказування на предмет розмови:

对于美国的小公司来说，利用好电子商务，将是巨大的机会。*Duìyú měiguó de xiǎo gōngsī lái shuō, lìyòng hǎo diànzǐ shāngwù, jiāng shì jùdà de jīhuì. – Електронна комерція – це гарна можливість вирости для малого бізнесу США* (励志演讲, 2015).

今天对大家来说是个全新的开始。*Jīntiān duì dàjiā lái shuō shìgè quánxīn de kāishǐ. – Для нас усіх сьогоднішній день є відправною точкою у новий світ* (毕业典礼, 2020).

Часто також застосовується конструкція 只有…，才… (тільки якщо...; тільки за умови, що...). Сполучник 只有 вводить єдину умову для реалізації ситуації, про яку йдеться у другій половині речення з прислівником 才:

只有让别人好我才能变得更好。*Zhǐyǒu ràng biérén hǎo wǒ cáinéng biàn dé gèng hǎo. – Мені буде добре, тільки коли усім навколо добре* (毕业典礼, 2020).

只有全局的思考，利他的思想，才能真正让自己变得更好，让世界变得更好。*Zhǐyǒu quánjú de sīkǎo, lìtā de sīxiǎng, cáinéng zhēnzhèng ràng zìjǐ biàn dé gèng hǎo, ràng shìjiè biàn dé gèng hǎo. – Ми можемо вдосконалити себе та цей світ тільки думаючи всесторонньо та з альтруїстичним підходом* (毕业典礼, 2020).

Рамочні конструкції типу 在…下， 在…上， 在…内， 在…中 виражають умови, місцерозташування та процес виконуваної дії. Прийменник 在 часто може опускатись. Розглянемо декілька прикладів функціонування вищезазначених рамочних конструкцій:

人类发展史上，我们从来不缺灾难，但很少像今天这样，灾难以后酝酿着巨大的世界不安，这确实令人担忧。*Rénlèi fāzhǎn shǐshàng, wǒmen cónglái bu quē zāinàn, dàn hěn shǎo xiàng jīntiān zhèyàng, zāinàn yǐhòu yùnniàngzhe jùdà de shìjiè bù'ān, zhè quèshí lìng rén dānyōu. – Людству завджи вистачало проблем за всю історію розвитку, але було небагато таких ситуацій, коли катастрофа тягла за собою великий неспокій для всього світу, і це не може не засмучувати* (毕业典礼, 2020).

中国怎么可能在几年内出现几千家互联网金融公司？*Zhōngguó zěnme kěnéng zài jǐ niánnèi chūxiàn jǐ qiān jiā hùliánwǎng jīnróng gōngsī? – Як Китай за кілька років може поповнитися тисячами фінансовими Інтернет-компаніями* (金融峰会, 2020)?

我们的愿景是在中国范围内，无论你身在何处，24 小时内收到商品。*Wǒmen de yuànjǐng shì zài zhōngguó fànwéi nèi, wúlùn nǐ shēn zài hé chù,24 xiǎoshí nèi shōu dào shāngpǐn. – Ми прагнемо до того, де б ви не були у Китаї, вам доставлять відправлення за 1 добу* (励志演讲, 2015).

Також варто відзначити агітаційність промов, яка активізується

шляхом використання спонукальних речень з активним вживанням модальних дієслів, що виражають необхідність створення дії, наприклад: 需要，要，必须，应该 – необхідно, треба, потрібно. Такі речення дозволяють декламатору здійснити вплив на адресата, мотивувати та закликати слухача до дії. Наприклад:

中美两国的不同，几百年来都无法改变，也是不应该去改变，我们需要的不是去改变不同，而是寻找相同，尊重不同。*Zhōng měi liǎng guó de bùtóng, jǐ bǎi nián lái dōu wúfǎ gǎibiàn, yěshì bù yìng gāi qù gǎibiàn, wǒmen xūyào de bùshì qù gǎibiàn bùtóng, ér shì xúnzhǎo xiāngtóng, zūnzhòng bùtóng. – У Китаю та США, Нью-Йорку та Шанхаю завжди були відмінності протягом декількох сотен років. Саме ці відмінності придають чарівності. Китай та США різні – так було і немає потреби це змінювати. Ми маємо знаходити схожості і поважати відмінності, а не змінювати їх* (毕业典礼, 2020).

创新一定要付出代价，我们这代人必须有所担当。*Chuàngxīn yīdìng yào fùchū dàijià, wǒmen zhè dài rén bìxū yǒu suǒ dāndāng. – За інновації треба заплатити ціну, а наше покоління має взяти на себе відповідальність* (金融峰会, 2020).

比如总觉得要为了跟国际接轨，必须要做欧美发达国家有，而我们没有的所谓空白，要填补国内的空白。*Bǐrú zǒng juédé yào wèile gēn guójì jiēguǐ, bìxū yào zuò ōuměi fǎ dá guójiā yǒu, ér wǒmen méiyǒu de suǒwèi kòngbái, yào tiánbǔ guónèi de kòngbái. – Ми звикли вважати, що щоб зблизитися з міжнародним ринком, ми повинні зробити так звані пробіли, яких у нас немає, але є в розвинених країнах Європи та в США, і заповнювати ці пропуски у себе* (金融峰会, 2020).

过去 20 年，中国一直致力于出口，而我认为接下来 10 年-20 年，中国应该把注意力集中在进口方面。*Guòqù 20 nián, zhōngguó yīzhí zhìlì yú chūkǒu, ér wǒ rènwéi jiē xiàlái 10 nián-20 nián, zhōngguó yīnggāi bǎ zhùyì lì jízhōng zài jìnkǒu fāngmiàn. – За останні 20 років сили Китаю були спрямовані в*

основному на експорт. Але я вважаю, що наступні 10-20 років треба зконцентруватися на імпорті (励志演讲, 2015).

Ще однією особливістю публічних промов Джека Ма є використання прямої та непрямої мови. Таким чином підприємець зближується з аудиторію та дає їй глибше відчути атмосферу розповіді:

我的朋友们劝我说："忘了它吧根本就不存在这么一个叫做互联网的东西，千万不要去尝试。"只有一个人对我说，"马云，我相信你，你虽然我不知道你想要做什么，如果你想做，就大胆去做吧，因为你还年轻。" *Wǒ de péngyǒumen quàn wǒ shuō:"Wàngle tā ba gēnběn jiù bù cúnzài zhème yīgè jiàozuò hùliánwǎng de dōngxī, qiān wàn bùyào qù chángshì." Zhǐyǒu yīgè rén duì wǒ shuō,"mǎyún, wǒ xiāngxìn nǐ, nǐ suīrán wǒ bù zhīdào nǐ xiǎng yào zuò shénme, rúguǒ nǐ xiǎng zuò, jiù dàdǎn qù zuò ba, yīnwèi nǐ hái niánqīng." – Один з друзів вмовляв мене: "Забудь про це, немає ніякого Інтернету, навіть не сподівайся на успіх у цій справі." І тільки один з друзів сказав: "Джеку, я вірю у тебе. Хоча ти сам не знаєш, що будеш робити, але якщо вже вирішив, то сміливо роби це, ти ще молодий* (励志演讲, 2015)."

大家说，"那东西真的能行得通吗？" *Dàjiā shuō,"nà dōngxī zhēn de néng xíng dé tōng ma?" – Усі питали: "Це справді працює* (励志演讲, 2015)?"

Отже, у ході лінгвістичного аналізу матеріалів дослідження ми мали змогу виділити такі граматичні особливості сучасних китайськомовних публіцистичних промов Джека Ма, як використання прийменників, сполучників та службових слів з класичної мови веньянь, модальних дієслів, застосування таких синтаксичних прийомів як емфаза, посилювальна частка 就, риторичні питання та форма питання-відповідь, паралельні конструкції 对照 та 排比, увиразнюючі граматичні конструкції (只要…，一定…；对(于)…来说；只有…，才…；), рамочні конструкції (在…下，在…上，在…内，在…中), пряма та непряма мова. Усі вони увиразнюють мовлення, надають логічності, систематичності, мотиваційності та акцентуації на окремих ідеях, винесених китайським бізнесменом Джеком Ма.

Висновки до розділу 3

У цьому розділі було проведено аналіз лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу на матеріалі промов Джека Ма, які ми обрали методом суцільної вибірки з китайських сайтів. Саме ці особливості мають безпосередній зв'язок із реалізацією основних функцій публіцистичного дискурсу – інформування та впливу.

З-поміж широкої тематики сучасних публічних промов ми виокремили та практично дослідили найактуальніші з них.

До основних стилістичних характеристик промов Джека ма відносимо чіткість викладу, експресивність, поєднання особливостей офіційного, наукового та розмовного стилю, аргументамивність, що реалізується шляхом лексичного та граматичного вираження.

У ході лінгвістичного аналізу промов Джека Ма ми мали змогу виявити такі лексико-семантичні особливості сучасного публіцистичного дискурсу: широке оперування економічною та торгівельною термінологією на ряду з використанням мовних штампів та кліше з елементами веньянізмів, що є невід'ємною лексичною характеристикою сучасних публічних промов. Варто зауважити, що у промовах 2020-2021 року використовується чимало медичної лексики. Ретельна увага зосереджувалася на особливій метафоричності та фразеологічності сучасних висловлювань підприємця. Окрім того, ми помітили часте використання таких зображально-виражальних засобів як емоційно забарвлені слова, порівняння, фразеологізми та сталі вирази.

Серед граматичних особливостей сучасних промов Джека Ма можемо виокремити широке використання прийменників, сполучників та службових слів з класичної мови веньянь, модальних дієслів, застосування таких синтаксичних прийомів як емфаза, посилювальна частка 就, риторичні питання та форма питання-відповідь, паралельні конструкції 对照 та 排比,

увиразнюючі граматичні конструкції (只要…，一定…；对(于)…来说；只有…，才…；), рамочні конструкції (在…下，在…上，在…内，在…中), пряма та непряма мова. Усі вони увиразнюють мовлення, надають логічності, систематичності, мотиваційності та акцентуації на окремих ідеях, винесених китайським бізнесменом.

ВИСНОВКИ

У першій частині нашого дослідження ми окреслили теоретичні засади вивчення публіцистичного дикурсу в сучасній лінгвістиці: прослідкували історичний розвиток функційної стилістики у Китаї, розглянули особливості та причини виникнення певних тенденцій у дослідженні стилістики та функційних стилів. Було детально розглянуто дефініції понять “публіцистика”, “дискурс”, безпосередньо “публіцистичного дискурсу”, запропоновані вітчизняними та іноземними науковцями у сфері лінгвістики, журналістики, соціології, філософії та політології. Розглянули основні характеристики мови публіцистики, її жанрову специфіку, основні функції імплементації у сучасній лінгвістиці та приклади широковживаних виражально-зображальних засобів, термінів, фразеологізмів.

Детальне дослідження стилістики у Китаї почалося на початку XX століття. Праці були спрямовані в трьох напрямах досліджень: перший – запозичення досвіду японських лінгвістів, другий – перенесення деяких положень західної лінгвістичної традиції, третій – створення власних досліджень в області стилістики.

На початку XX століття в китайській стилістиці не було поняття “функційний стиль”, але китайські вчені вже почали розділяти тексти за різними критеріями. Лінгвіст Е Ліньхай стверджує, що функційний стиль – це сукупність особливостей мовних і екстралінгвістичних чинників при використанні загальнонародної мови під впливом обмежень різних соціальних ситуацій. А Цінбін вважав, що класифікація стилів залежить від часу створення тексту, місця, соціальних особливостей автора і адресата, сфери спілкування, функцій, індивідуальності автора.

Проаналізувавши теоретичний матеріал, ми можемо зробити висновок, що публіцистичний дискурс є комунікативним середовищем систематичного поширення повідомлень серед численних розосереджених аудиторій з метою здійснення впливу на формування та зміну оцінок, думок, переконань і

поведінки людей у вигляді передачі прагматично призначеної інформації.

Також у ході роботи проводилося дослідження основних характеристик та жанрових особливостей публіцистичного стилю в контексті сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу.

Характерними ознаками публіцистичного дискурсу є: відкритість і сфокусованість на соціально резонансних фактах та їх концептуально-емоційна розробка; відкрита соціальна оцінність, відкрита світоглядна позиція, оцінно-ідеологічна модальність і пов'язана з нею стратегія фокусування, "політико-ідеологічний модус", використання різностильових засобів і способів для репрезентації соціальної реальності.

Другий розлід був присвячений методології дослідження. Задля здійснення комплексного багатоаспектного дослідження лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу ми застосували комунікативний, дискурсивний, семіотичний, дескриптивний та критичний підходи, а також комплекс загальнонаукових (дедукція, індукція, аналіз, синтез) та спеціальних лінгвістичних методів дослідження: функційний аналіз, дескриптивний метод, порівняльно-історичний метод, метод компонентного аналізу, зіставний метод, стилістичний метод, контекстуально-інтерпретаційний метод та дискурсивний метод. Метод суцільної вибірки був використаний для пошуку та збору необхідного матеріалу дослідження, що включає наукові статті, промови Джека Ма та яскраві приклади для відображення практичних результатів нашої роботи.

У третьому розділі було проведено аналіз лексико-семантичних та граматичних особливостей сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу на матеріалі промов Джека Ма. Саме ці особливості мають безпосередній зв'язок із реалізацією основних функцій публіцистичного дискурсу – інформування та впливу. З-поміж широкої тематики сучасних публічних промов ми виокремили та практично дослідили найактуальніші з них.

До основних стилістичних характеристик промов Джека ма відносимо чіткість викладу, експресивність, поєднання особливостей офіційного, наукового та розмовного стилю, аргументамивність, що реалізується шляхом лексичного та граматичного вираження.

У ході лінгвістичного аналізу виступів бізнесмена ми мали змогу виявити такі лексико-семантичні особливості сучасного публіцистичного дискурсу: широке оперування економічною та торгівельною термінологією на ряду з використанням мовних штампів та кліше з елементами веньянізмів, що є невід'ємною лексичною характеристикою сучасних публічних промов. Варто зауважити, що у промовах 2020-2021 року використовується багато медичної лексики. Ретельна увага зосереджувалася на особливій метафоричності та фразеологічності сучасних висловлювань підприємця. Окрім того, ми помітили часте використання таких зображально-виражальних засобів як емоційно забарвлені слова, порівняння, фразеологізми та сталі вирази.

Серед граматичних особливостей сучасних промов Джека Ма можемо виокремити широке використання прийменників 以, 为, 于, сполучників 与, 而 та службових слів 将, 者 з класичної мови веньянь, модальних дієслів, застосування таких синтаксичних прийомів як емфаза, посилювальна частка 就, риторичні питання та форма питання-відповідь, паралельні конструкції 对照 та 排比, увиразнюючі граматичні конструкції (只要…，一定…; 对(于)…来说; 只有…，才…;), рамочні конструкції (在…下，在…上，在…内，在…中), пряма та непряма мова. Усі вони увиразнюють мовлення, надають логічності, систематичності, мотиваційності та акцентуації на окремих ідеях, винесених китайським бізнесменом.

Дослідження сучасного китайськомовного публіцистичного дискурсу на лексико-семантичному, граматичному та інших рівнях є перспективним напрямком для науковців. Існує необхідність детального вивчення публіцистичного дискурсу у прояві публічних виступів діячів різних сфер.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Алефиренко, Н. Ф. (2016). *Современные проблемы науки о языке.* Москва: ФЛИНТА: Наука.

Ахманова, О. С. (2004). *Словарь лингвистических терминов*. (2 изд.) Москва: Едиториал УРСС.

Бахтин, М. М. (1997). *Проблема текста*. Москва.

Брухаль, Я. Б. (2014). Комунікативний підхід до вивчення публіцистичного дискурсу. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. М. Гоголя. Серія "Філологічні науки", 2,* 23-29.

Буряковская, В. А. (2010). Публицистический дискурс как типичный дискурс массовой культуры. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*, 4-7.

Ван, Ляо-И. (1954). *Основы китайской грамматики*. Москва: Издательство иностранной литературы.

Виноградов, В. С. (2004). *Перевод: общие и лексические вопросы*. Москва: КДУ.

Виноградов, С. (1996). *Нормативный и коммуникативно-прагматический аспекты культуры речи. Культура русской речи и эффективность общения.* Москва: Наука.

Винокур, Г. О. (1925). *Культура языка: Очерки лингвистической технологии.* Москва: Работник просвещения.

Горелов, В. И. (1984). *Лексикология китайского языка.* Москва: Просвещение.

Горелов, В. И. (1979). *Стилистика современного китайского языка.* Москва: Просвещение.

Загнітко, А. П. (2007). Комунікативно-прагматичні аспекти сучасного політичного газетного дискурсу. *Культура народов Причерноморья, 1*, 190-193. http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/54897/79-Zagnitko.pdf?sequence

Загнітко, А. П. (2007). Сучасний політичний газетний дискурс: риторика і

синтаксис. *Донецький вісник Наукового товариства ім. Т. Г. Шевченка, 16,* 5-19. http://www.experts.in.ua/baza/doc/download/movoznavstvo.pdf

Звегинцев, В. А. (1964). *История языкознания XIX и XX веков в очерках и извлечениях.* Москва: Просвещение.

Зограф, И. Т. (2008). *Вэньянь и байхуа: взаимодействие двух форм изолирующего языка.* Москва: Письменные памятники Востока.

Каламбет, С. В. (2015). *Методологія наукових досліджень: конспект лекцій.* Дніпродзержинськ.

Каминская, Т. Л. (2009). *Образ адресата в текстах массовой коммуникации: семантико-прагматическое исследование.* Санкт-Петербург.

Клушина, Н. И. (2008). *Стилистика публицистического текста*. Москва: Медиа-Мир.

Кожбицкая, О. Г., & Половникова А.С. (2017). Фигуры речи как средство выразительности в китайских фразеологизмах чэнъюй. *Молодой ученый, 17,* 408-410.

Кожина, М. М. (2003). *Направления стилистики. Стилистический энциклопедический словарь русского языка.* Москва: Флинта.

Кочерган, М. П. (2001). *Вступ до мовознавства*. Київ: Академія.

Ли, Лицюнь. (2003). *Порядок слов в простых повествовательных предложениях русского языка в сопоставлении с китайским языком.* Москва: Спутник.

Ли, Гонань. (1999). *Сопоставительное исследование стилистических фигур английского и китайского языков.* Фучжоу: Фуцзянь жэньминь чубаньшэ.

Лю, Мицинь. (2005). *Новая современная теория перевода.* Пекин: Корпорация перевода и издания Китая.

Макаров, М. (2003). *Основы теории дискурса*. Москва: Гносис.

Молчанова, Е. И. (1976). *Сборник общественно-политических текстов на китайском языке (со словарем и комментариями)*. Моска: МГУ.

Мосейчук, О. М. (2012). Публіцистичний дискурс як контекст реалізації

комунікативного впливу на масового адресата. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка, 65,* 174-177.

Муравьева, Н. В. (2002). *Язык конфликта*. Москва: Изд-во МЭИ.

Нагорна, Л. (2005). *Політична мова і мовна політика. Діапазон можливостей політичної лінгвістики*. Київ: Світогляд.

Никитин, М. В. (1983). *Лексическое значение слова (структура и комбинаторика)*. Москва: Высшая школа.

Никитин, М. В. (1988). *Основы лингвистической теории значения: Учеб. пособие.* Москва: Высшая школа.

Новохачева, Н. Ю. (2005). *Стилистический прием литературной аллюзии в газетно-публицистическом дискурсе конца XX – начала XXI веков.* Ставрополь.

Ожегов, С. И., & Шведова, Н. Ю. (1999). *Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений.* (4-е изд.) Москва: Азбуковник.

Павлушкіна, Н. А. (2010). Релевантность массовой прессы как основа взаимодействия с аудиторией. СМИ в современном мире. *Петербургские чтения: тезисы межвуз. науч. практ. конф,* 254—255.

Русакова, О. (2006). *Современные теории дискурса. Опыт классификаций. Современные теории дискурса: мультидисциплинарный анализ*. Екатеринбург: Дискурс-Пи.

Самигуллина, А. (2008). *Метафора в когнитивно-семиотическом освещении*. Уфа: РИЦ БашГУ.

Семенас, А. Л. (2005). *Лексика китайского языка.* Москва: Восток-Запад.

Скребнев, Ю. М. (2003). *Основы стилистики английского языка: учебник для институтов и факультетов иностранных языков.* Москва: АСТ: Астрель.

Сметанина, С. И. (2002). *Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века).* Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В.А.

Солганик, Г. Я. (2010). *Основы лингвистики речи.* Москва: Изд-во Московского ун-та.

Солганик, Г. Я. (2000). *Современная публицистическая картина мира.* Москва: МГУ.

Солганик, Г. Я. (2005). *Язык современной публицистики: сборник статей.* Москва: Флинта: Наука.

Сун, Юн Шень. (1995). *Порядок слов и его связь с интонацией в русском языке в сопоставлении с китайским.* Москва: МГУ им. М.В. Ломоносова.

Тарнопольський, О. Б. (2005). *Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти.* Дніпропетровськ: Вид–во ДУЕП.

Ушаков, Д. Н. (1940). *Толковый словарь русского языка.* Москва: Гос. ин-т "Сов. энцикл."

Тер-Минасова, С. Г. (2000). *Язык и межкультурная коммуникация.* Москва: Слово.

Троицкая, Т. Б. (2008). Тактики реализации полемической стратегии в публицистическом дискурсе. *Вестник Башкирского университета, 3*, 530-534.

Хаматова, А. А. (2003). *Словообразование современного китайского языка.* Москва: ИД Муравей.

Чепкасов, А. (2010). Работа спичрайтера и политического деятеля над текстами публичных выступлений (к постановке проблемы). Кемерово: *“Вестник” Кемеровского государственного университета культуры и искусств*, с. 41.

Чернявская, И. (2001). *Дискурс как объект лингвистических исследований. Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса*. Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петербургск.гос.ун-та экономики и финансов.

Чудинов, А. (2006). *Политическая лингвистика: Учеб. пособие*. Москва: “Флинта”, “Наука”.

Щелкунова, Е. С. (2004). *Публицистический текст в системе массовой*

коммуникации: Учеб. пособие. Воронеж: ВГУ.

Bondes, M., & Heep, S. (2018). Conceptualizing the Relationship between Persuasion in Legitimacy: Official Framing in the Case of the Chinese Communist Party. *Journal of Chinese Political Science*, 4, p. 317-334.

Girnth, H. (2002*). Sprache und Sprachverwendung in der Politik: eine Einführung in die linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation*. Tübingen: Niemeyer.

Chilton, P., Ilyin, M. (1993). Metaphor in political discourse: the case of the "common European house". *Discourse and Society*. London: Sage Publications, 4, p. 7-31.

Cook, G. (1992). *The Discourse of Advertising*. London and New York: Routledge.

Schröter, M. (2009). *VompolitischenGebrauchderSprache. Wort, Text, Diskurs*. Frankfurt am Main: Peter Lang Internationaler Verlag der Wissenschaften.

吴礼权. (2006). *现代汉语修辞学*. 上海：复旦大学出版社.

胡壮编. (2000). *理论文体学*. 北京：外语教学与研究出版社.

李庆荣. (2007). *实用语法修辞*. 北京:商务印书馆.

中国辞书学会学术委员会编. (2007). *中国辞书论体*. 第 7 辑. 北京：外语教学与研究出版社.

杨树达. (2006). *中国修辞学*. 上海古籍.

张会森. (2003). *俄汉语对比研究*. 上海:上海外语教育出版社.

童庆炳. (2012). *20世纪中国马克思主义文艺理论研究*. 北京：北京大学出版社.

卓佳妮. (2017). *基于语料库对中国企业家海外演讲主题词研究——以马云 2013-2015 年海外著名演讲为例*。杭州：浙江工商大学。

钱曾怡. (2002). 汉语方言研究的方法与实践. 北京:商务印书馆.

孙立新. (2004). 陕西方言漫谈. 北京：中国社会出版社.

王力. (1984). 王力文集。第一卷。中国语法理论. 山东：山东教育出.

王力. (1985). 汉语语音史. 北京：中国科学社会出版社.

王力. (1986). 文集. 第二卷. 中国现代语法 . 山东教育出版社.

王力. (2011). 王力文集。第十六卷。语言理论. 中国语言学. 古汉语概论. 语法理页. 北京. 汉俄分类词汇手册.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

马云，毕业典礼： 马云 2020 届上海纽约大学本科毕业典礼致辞全文. 梅斯医学 MedSci-临床医生发展平台. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.medsci.cn/article/show_article.do?id=6527196e5509

马云，励志演讲： 马云 2015 纽约励志演讲稿. 应届毕业生网. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.diyifanwen.com/yanjianggao/yanjianggaofanwen/2723663.html

马云，金融峰会： 2020 年马云外滩金融峰会演讲. sina 新浪网 — 新浪经济 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://finance.sina.com.cn/money/bank/bank_hydt/2020-10-24/doc-iiznezxr7822563.shtml

ДОДАТКИ

Додаток А

Текст виступу “Урочиста промова до церемонії випускників бакалавріату Нью-Йоркського університету в Шанхаї, 2020 рік”

上海纽约大学

2020届本科毕业典礼致辞全文

（2020 年，上海）

来源：梅斯医学 MedSci-临床医生发展平台　　发布时间：2020-06-29

尊敬的俞校长，Vice Chancellor Lehman，上海纽约大学的老师、同学们、家长，大家好！

今天，是各位人生中非常重要的一天。

也很高兴，特别荣幸，在这个特殊时期，用这种特别的方法，参与大家人生中最重要的时刻。也谢谢校长，谢谢老师、同学们，因为你们，此时此刻我觉得这枚奖章与众不同，加倍珍惜。

今天大家大学毕业。

但是今年的毕业，看起来麻烦很多，麻烦也很大，一毕业就碰上了全世界范围内的疫情，无论是找工作还是继续升学，都面临着前所未有的困难，这些困难可能大家以前都没有想过，但没办法，这就是人生！

在这个时候毕业，寻找工作，走上社会，大家会觉得很不幸，但事实是，人生这样的意外会很多，学会适应了，你就懂得了生活；学会把握，你就会与众不同。今年全世界那么多的毕业生，大家都一样，都碰上了同样的困境，这个时候，你的态度、你的行动决定了你的未来。

你们至少比任何一届的学生多学了一门课，多修了一个学分，这门课没有考试，但比任何一门课都尤其重要。因为疫情，因为这个灾难，你们学习了应该如何去思考这个世界的巨变，以及如何在巨大的变化面前如何承担自

己的责任，如何改变自己去适应未来。我们都很难改变昨天、甚至很难改变今天，但我们做一点点事，就可以改变明天，改变我们自己的未来。这门课刚刚开始，我也和大家一样，都是刚刚开始学习这门课。

今天我们已经看到，世界面临了百年未有的危机。

但是，人类所拥有的资源和财富是前所未有，人类拥有的技术能力也是前所未有，当然人类所面临的困难和麻烦也是前所未有。

今天人类知识的沉淀、信息处理的能力和抗风险的能力是有史以来最强大的。但是很遗憾，我们有时候并没有把这些资源、能力和知识用来加强沟通和合作，有时候制造很多隔阂，甚至扩大了分歧。

人类发展史上，我们从来不缺灾难，但很少像今天这样，灾难以后酝酿着巨大的世界不安，这确实令人担忧。但是担忧从来没有用，与其担忧，不如行动，世界往哪里去，未来往哪里去，这一切的关键都在于你们，在于年轻人的选择，在于年轻人的行动。

我也听说武汉封城以后，你们当中有一位来自捷克的同学，在武汉封闭的时候，给武汉的同学寄了100个口罩。后来疫情蔓延到全球，武汉的同学又帮捷克的同学向中国医生问诊，搜集信息翻译成英文发给对方。上海纽约大学的同学们，我相信大家看见了，你们用行动做出了选择。

今天的麻烦，就是你们这一代年轻人最大的机遇，也是你们为世界能够创造价值的真正机会。

我想，21世纪的毕业生，抓住机遇，拥有未来，我们需要三观：就是全球观，未来观，还有全局观，我们也需要三商：需要有1Q（智商），需要EQ（情商），还需要LQ（爱商）。

全球观不一定要会懂外语，但一定要尊重和理解不同的文化。人和人，国家和国家，没有一个是一样的，肯定是不同的，而且会永远地不同下去。今天世界的问题，就是因为看到了太多彼此之间的不同和分歧；看到不同其实没有什么了不起，真正了不起的，是看到了不同，依然相信我们的“同”，依然能够放下分歧共同前行。

48年以前，中国和美国从不同中找到了相同，从分歧走向了合作，世界开始走向发展，走向繁荣。

中美两国，纽约和上海，几百年以来从来就有很多不同，因为不同，我们才能够感受和发现对方不同的魅力。中美两国的不同，几百年来都无法改变，也是不应该去改变，我们需要的不是去改变不同，而是寻找相同，尊重不同。

中美建交那一年我刚好18岁。那一年尼克松访华以后，杭州有了英语课，杭州成为一个开放的城市，很多美国游客来到了杭州，我为美国游客做导游、学习了英文，这让我学到了很多不同的东西，了解了世界巨大的魅力，也让我有了不同的眼光去看待这个世界，以及有不同的思考的方式。

今天我们在座的每个人，以及所有今天很多的人，都是中美合作的巨大的受益者，是全球化的受益者。没有中美合作，就不可能有上海纽约大学；没有中美合作，我相信也不会有今天的马云，今天的阿里巴巴。未来，为中国和美国，为世界找到共同的方向，共同的合作的方向，这个使命只有年轻人去完成，这是大家的担当。毕业于这两个伟大城市合作的大学，在这个时候，我相信你们的命运里肯定有与众不同的使命。

全局观是站在他人的位置看问题。IT时代的思想是以我为主，让自己变得更强大，我们比拼的是肌肉；而DT时代的思想是利他主义，只有让别人好我才能变得更好，比拼的是智慧。上个世纪，重要的是我怎么想；而这个世纪，21世纪，别人怎么想变得非常的重要。因为这个世界，没有一个人可以只有自己，依靠自己才能活得好，没有一个国家可以独自解决问题。只有全局的思考，利他的思想，才能真正让自己变得更好，让世界变得更好。

所以，我们也一定要有未来观。感恩昨天，改变今天，相信明天。未来没有专家，因为谁也没有到过未来，预测未来最好的办法就是去创造未来。我们永远要站在未来去思考问题，我们要解决的是未来的问题，而不是过去的问题，我们更加不应该用过去的方法去解决未来的问题。

面向未来的年轻人，我们需要有三种商：需要有1Q（智商），需要EQ

（情商），还需要LQ（爱商）。IQ高的人不太容易失败，EQ高的人机会会很多，但是只有LQ高的人才能受人尊重。未来机器可能会取代人类很多工作，但机器只有芯片，它没有心，人类有爱，这是机器不可能取代人类的。

在我看来，全世界的年轻人，没有国籍的区别，没有种族和信仰的区别，只有有梦想和没有梦想的区别，有担当和没有担当的区别。你们的心有多大，我们的世界就会有多大；你们是什么样的人，未来的世界就会变成什么样的世界。你们相信未来，我们选择相信你们，相信年轻人！

今天对大家来说是个全新的开始。未来的路上，充满了挑战，也充满希望。我相信只要大家一起努力、一起学习，一定能够帮助这个世界跨入更加美好的未来。

再次祝贺大家，也祝福大家！

Додаток Б

Текст виступу “Мотиваційна промова Джека Ма в Нью-Йорку”

马云纽约励志演讲稿

（2015 年，纽约）

来源：应届毕业生网　发布时间：2017-12-16

非常荣幸，从来没想到会有这多人来听我的演讲。

我站在这里的时候，感觉自己如此重要，如此责任重大。谢谢你们！

正式开始演讲之前，我想请问一下在座有多少人在使用阿里巴巴的服务？好的，不是非常多。那么，你们当中有多少人从来没有去过中国？好的。

20年前，我第一次踏上美国，美国之旅的第一站是西雅图。来到美国之前，我从课本，老师，学校和父母那里了解美国，我以为自己已经非常了解美国。但是，当我踏上这片土地的时候，我才发现我完全错了，美国这个社会和我从课本学到的根本不一样。在西雅图，我平生第一次认识了互联网。

回到中国之后，我告诉朋友们，我打算开一家互联网公司。我邀请了24位好友，讨论了两个小时。到了最后，还是没有人理解我想要做的东西，我们进行了投票，23人选择反对。我的朋友们劝我说：“忘了它吧根本就不存在这么一个叫做互联网的东西，千万不要去尝试。”只有一个人对我说，“马云，我相信你，你虽然我不知道你想要做什么，如果你想做，就大胆去做吧，因为你还年轻。”那年，我30岁。

没有任何的计算机知识，商业知识，我开始了创业之路。我开办了第一家公司，和我的妻子，还有一位同学。我们东拼西凑了1000美元，创业之路非常艰难。当时，我觉得自己是骑在盲虎背上的盲人（成语：盲人摸象，又骑虎难下）。20年风雨过去，我存活了下来。但是创业前三年，生活真的非常糟糕。我清楚地记得，我想向银行贷款3000美元，这花去了我整整三个月时间，我动用了所有的关系，还是没拿到贷款。每个人都认为马云在撒谎，

因为1996的时候他们不相信有互联网这个东西的存在。

有一天，1996下半年，中国正式接入了互联网。于是，我邀请了10位媒体朋友到我家里来，想告诉他们我没有撒说，确实存在互联网这个东西。为了下载一张照片，我们们当时花了三个半小时。大家说，“那东西真的能行得通吗？“我说，“是的，行得通的，不是现在，是在未来十年之内。”不管怎样，这至少证明了我没有撒谎。

我还记得，当我们尝试帮助小公司在网络上销售产品，但是没有人愿意来，因为还没有人在网络上买东西。所以在第一周，我们的7个员工自己去买，自己去卖。到了第二周，有人开始在我们的平台上卖东西，我们买光了他出售的所有商品。我们有两个房间，堆满了我们那两个星期买的东西，而且是没有什么用的东西。这只是为了告诉大家互联网是行得通的，但这并不容易。1995年到1999年这期间，我们的创业失败了，没有一样条件是成熟的。

到了1999年，我邀请18个好友到家里，我们决定再一一次尝试，并且把网站命名为alibaba.com。人们问为什么叫阿里巴巴？我们希望互联网就如同一个宝库，可以让小企业芝麻开门。另外，这个名容易拼写，也朗朗上口。我们想做的事情，是帮助小企业。

当时我们注意到美国的电子商务致力于帮助大公司，帮助他们节约成本，而当时中国没有那么多的大公司，而是有很多的小企业，对于他们来说生存是如此艰难，假如我们能够用互联网技术来帮助这些小公司，这会非常有意思。

美国习惯于帮助大型企业，这就好比美国人擅长于打篮球;而在中国，我们应该会去打乒乓球，去帮助那些小公司。我们需要做的不是帮助小公司去节约成本，因为他们知道如何节约成本，他们需要学习的是如何赚钱。因此，我们的业务一直专注于帮助小企业在网络上赚钱。

我们希望阿里巴巴这个公司可以活102年。人们会好奇地问，为什么是102年？因为阿里巴巴诞生于1999年，上个世纪我们经历了1年，这个世纪将是完整的100年，下一个世纪再经历1年，这样横跨三个世纪，102年。我们

这是给了所有员工一个清晰的目标。

无论我们有多少盈利，无论我们赚了多少钱，不论我们已经取得什么成绩，都不要认为我们已经成功。不要忘记我们希望活102年，现在才过了16年而已，前面还有86年。这86年中的任何一个时间，如果公司倒闭了，我们就谈不上成功。当我听到这个俱乐部（纽约经济俱乐部）已经有108年的历史，我十分惊讶十分震惊。这其中一定有很多值得阿里巴巴学习的东西。

没有人相信阿里巴巴可以活下去。以前人们说：“你们的平台是免费的，你们的公司那么小。”尤其是我们在美国上市的时候，人们又说：“你们阿里巴巴是做电子商务的，就像亚马逊一样。“可能亚马逊是美国人眼中唯一的电子商务模式，但是我们不一样。

我们和亚马逊不一样的是，我们自己不做买卖，我们帮助中小企业做买卖。在阿里巴巴的平台上，有一千万家小企业每天做交易。我们自己不送快递，但每天有二百万人帮着我们配送三千万包裹。我们也没有自己的仓库，但是我们帮助那些中小物流快递公司管理成千上万个物流仓库。

我们也没有任何商品库存，但是我们有3亿5千万的买家，每天有超过1亿2千万的消费者光顾我们的网站。去年我们的销售额是3900亿美元。今年，我们预计销售成交会超过沃尔玛全球，你要知道沃尔玛用了230万员工，而我们只是从18人扩大到了3.4万人。

我们和亚马逊不一样的还有，亚马逊是一个购物中心，你去逛亚马逊，去买你想要买的东西，就和产品展示的一模一样。但是在阿里巴巴，你看到的产品图片展示和你拿到手的产品或许不一样，人们会觉得惊讶，“这怎么有点不一样！”但是他们喜欢这样的购物体验。

在美国，电子商务是商务，而在中国，电子商务是人们的一种生活方式。年轻人交换他们的思想，互相沟通，建立信任，建立个人信用记录。就好像星巴克一样，你不是去星巴克品尝它的咖啡有多么美味。这是一种生活方式。这也正是互联网电商如何改变中国的地方。

我们感到自豪的，并不是我们卖了多少东西。我前面提到，今年我们的

成交总额会超过沃尔玛——是的，我们对此很自豪。阿里巴巴会在未来五年，达到1万亿美元的成交额。这是我的目标，我认为我们会达到这个目标。

更让我们自豪的是，我们为中国直接和间接地提供了1400万个就业机会。我们在中国乡村创造就业机会，我们为中国女性提供就业机会。中国互联网上成功的卖家中，超过51%是女性。

我们为这些事情感到自豪。有人又会说，阿里巴巴现在做到了这些，你们的下一步是什么？阿里巴巴无处不在，你们的未来打算是什么？今天，超过80%的在线交易是由阿里巴巴所创造，我们未来的目标是将阿里巴巴的业务拓展到全球。这不只是要成为最会卖货的公司。

我们希望电子商务的基础设施能够全球化。相比美国，为什么中国的电子商务成长速度如此惊人？因为在中国的商业基础建设太差。不像在美国，你们有汽车，线下有无处不在的沃尔玛和凯马特（kmart，美国现代超市零售企业鼻祖）。但是在中国，我们并没有这么好的基础设施。

电子商务在美国如同餐后甜点，它是对主流商业的补充。但是在中国，电子商务已经成为主菜。我们建设了电子商务的基础设施。所以，如果我们将我们的电子商务基础设施全球化，包括在全球范围内提供支付工具，物流中心和透明公开的交易平台，帮助全球的小公司将他们的产品卖到世界各个角落，帮助全球的消费顺利地买到世界各地的产品。

我们的愿景是，未来十年内帮助全球20亿消费者在线购买全世界的产品，而且做到全球范围内72小时内收到商品，在中国范围内，无论你身在何处，24小时内收到商品。阿里巴巴的全球化战略，仍然是致力于帮助小企业，帮助他们以最有效的方式来做生意我们会在自己的电商平台上，帮助到另外一千万家小企业。

我们会给这些小企业赋能。我们会引导更多流量给他们，会给他们提供支付系统，提供物流配送系统，让他们更加快捷和便利地在全球任何角落开展业务。我们希望在中国以外的地方拥有40%的业务量。现在，我们的海外业务只占到2%。

可能人们继续会问，现在阿里巴巴的业务做大了，也募集到大量资金。你们会在美国做什么？你们会来美国吗？如果来美国，你们是打算入侵美国吗？马云，你什么时候来和亚马逊竞争？什么时候来和ebay竞争？其实，我对ebay和亚马逊抱有敬仰之心。而我来这里的目的，也就是阿里巴巴的下一步战略，是帮助美国的小企业走进中国，帮助他们将产品卖到中国。

现在的中国，中产阶层的数量和美国人口大致相当。而我们认为，未来十年中国将有五亿人口成为中产阶层。他们对优质产品和优质服务的需求是非常强大，非常惊人的。我认为中国的现状没有办法满足他们对于优质产品和优质服务的需求。

过去20年，中国一直致力于出口，而我认为接下来10年-20年，中国应该把注意力集中在进口方面。中国要学会进口，学会如何消费。中国应该去消费，去做全球买手。同时，我认为美国的小企业，美国的品牌产品，也应该利用互联网，进入中国市场。

过去20年，美国的大公司已经遍布整个中国。对于美国的小公司来说，利用好电子商务，将是巨大的机会。阿里巴巴已经帮助很多美国的农民将产品卖到中国。西雅图的车厘子就是一个例子。

你不能想象，美国驻华大使跑来问我：“马云，你们可以帮我们销售西雅图的车厘子吗？”那时车厘子还长在树上，我们就做了预售，8万个中国家庭抢购了这些订单，我们摘下车厘子，在24小时内运到中国。24小时内，8万个中国家庭就将160吨车厘子一抢而空。去年，我们卖掉了300吨车厘子。我不知道今年又会是怎样一个惊喜的数。

我们同样也帮助销售阿拉斯加的海鲜。我们还帮助销售加拿大的龙虾，所卖出的龙虾数量，是他们十年不可能达到的。许多美国的知名品牌也借助我们的平台销售。像costco超市入驻以后第一个月就卖出了600吨坚果，销售额达到650万美元。

既然我们能够帮助卖龙虾，卖车厘子，为什么不可以利用我们的系统来帮助大量的美国中小企业？我还想借用一天的数据来举一个例子，11月11日，

中国的光棍节，阿里巴巴把它变成了一个购物节。去年双十一，我们的交易额高达97亿美元，第一分钟有240万消费者涌入。今年，我们认为这个数会更加惊人，所以这也是我此次来美国的目的——中国消费者需要更多的美国产品。

每天，阿里巴巴平台都有上亿机渴的消费者来购物。这就是我们来到这里的原因，我们不是来竞争的，我们来这里是希望将美国的中小企业带到中国。我们的愿景是“全球买，全球卖”，未来10年-20年，无论你身在何处都可以买到任何地方的产品，也可以把自己的产品卖到世界各地。

菲律宾人可以买到挪威的鱼，挪威人可以将产品卖到阿根廷，阿根廷人可以买中国的产品，也可以将产品卖到中国。这是互联网未来变革的方向。最后，阿里巴巴为已经改变中国而感到骄傲。变革的力量是强大的。

第一次技术革命以后，世界有了新的商业组织形式——工厂，这些工厂带来了武器和力量，然后催生了第一次世界大战。第二次能源革命以后，世界又有了新的商业组织形式 ——公司，然后催生了二战。

在这个互联网时代，dt时代（datatechnology，数据时代），我认为诞生了一个新的商业形式——平台，“第三次世界大战”也随之即将打响——但这不是一场国与国之间的战争，这是一场我们携手对抗疾病，贫穷和气候变化的战争。我认为这是人类的未来。

所有的人类，所有的国家，都应该联合起来。依靠年轻一代，而不是武器;依靠计算机和大数据，来解决人类的问题，社会的问题。这是我所热衷的，和钱无关，这是梦想改变世界的不仅是技术，更是你相信可以改变世界的梦想。

我们知道这条路漫长且不易。我以前说过，过去20年在中国做互联网生意很不容易，今天很困难，明天更困难，后天很美好。

谢谢大家！

Додаток В

Текст виступу “Урочиста промова Джека Ма на фінансовому саміті Bund Summit 2020 у Шанхаї”

2020年马云外滩金融峰会演讲

（2020 年 10 月 23-25 日，上海）

来源：sina 新浪网 — 新浪经济　发布时间：2020-10-24

尊敬的陈元主席，各位领导，各位金融界的朋友们，大家上午好。

感谢大会的邀请，很高兴有这个机会和大家一起学习、交流、探讨。

2013年，也是在上海，我跑到上海陆家嘴的金融峰会发表了一通互联网金融的异想天开的观点。七年过去了，今天我这个金融的非官方非专业人士，很高兴来到这个非官方论坛分享看法。

今天要不要来讲，坦白说我也很纠结。但是我想我们这批人，有一个东西是责无旁贷的，就是为未来思考的责任，因为这个世界虽然留给我们的发展机会很多，但是关键性的机会也就一两次，现在就是到了最关键的时刻。所以我想我还是要讲一讲我自己的一些想法，这些想法，是我们自己十六年实践经验总结出来，加上有幸担任联合国数字合作高级别小组联合主席和联合国可持续发展目标倡导者期间，跟全世界的学者、专家还有实践者探讨交流得出的。我想我反正已经退休，在非官方的论坛上，畅所欲言一下，分享一个外行非专业人士的专业观点，供大家参考，可能不成熟，讲得不对，贻笑大方，大家估且一听：

第一，一直以来我们有一些思维上的惯性，比如总觉得要为了跟国际接轨，必须要做欧美发达国家有，而我们没有的所谓空白，要填补国内的空白。把填补国内空白当作追求的目标。

我一直觉得在今天的形势下，填补空白这句话是有问题的，不是因为欧美的就是先进的，就是我们要去填补的。其实今天我们不应该刻意或者一味的要和哪个东西接轨，适应哪国的标准，填补哪个空白，今天我们要思考的

是如何和未来接轨，怎么适应未来的标准，怎么弥补未来的空白，我们要想明白未来是如何的，以及自己到底要做什么，然后再去看看别人怎么做，如果永远重复别人的语言，讨论别人设定的主题，我们不但会迷失现在，更会错失未来。

二战以后，世界需要恢复经济繁荣，布雷登森林体系建立起来，对全球经济的推动是巨大的；后来亚洲金融风暴发生，巴塞尔协议讲的风险控制越来越受重视，到后来变成了一个风险控制的操作标准，现在的趋势越来越象是全世界变成了只讲风险控制，不讲发展，很少去想年轻人的机会、发展中国家机会在哪里，这其实是导致今天世界的很多问题的根源。我们今天也看到巴塞尔协议本身也让欧洲的整体创新受到了很大的限制，比如在金融数字化方面。

巴塞尔协议比较象一个老年人俱乐部，要解决的是运转了几十年的金融体系老化的问题，系统复杂的问题。但是中国的问题正好相反，中国不是金融系统性风险，中国金融基本上没有风险，是缺乏系统的风险。中国的金融和其他刚成长起来的发展中国家一样，在金融业是青春少年，还没有成熟的生态系统，没有完完全全的流动起来，大银行更像是大江大河和血液的动脉，但是我们今天需要湖泊、需要水塘，需要小溪小河，需要各种各样的沼泽地，缺少了这些生态系统，我们才会涝的时候涝死，旱的时候旱死，所以今天我们国家是缺乏健康金融系统的风险，我们要建设的是健康的金融系统。就象老年痴呆症和小儿麻痹症，症状看起来很象，这是两个完全不同的病，如果小孩子吃了老年痴呆的药，不光会得老人的病，还有很多莫名其妙的病。这个巴塞尔协议就是考虑治系统老化、过度复杂的老年人的病的，我们要思考的是跟着老年人我们要学什么？老年人和年轻人关注的都不一样，老年人关心的是有没有医院，年轻人关心的是有没有学区，是完全的不同体系的思考。

今天，我很自豪的宣布，昨天晚上确定了蚂蚁上市的定价，这是第一次科技大公司在纽约以外的地方定价，这是三年前连想都不敢想的，但是今天

发生了。世界的变化是神奇的。

第二，创新一定要付出代价，我们这代人必须有所担当。

习近平主席讲过“功成不必在我”，我理解这句话讲的是一种责任，讲的是为未来、为明天、为下一代去担当。今天世界的很多问题包括中国，都只能用创新去解决；但是真正的创新，一定是没有人带路的，一定需要有人担当，因为创新一定会犯错误，问题不是怎么样不犯错误，而是犯了错误之后能不能完善修正，坚持创新。做没有风险的创新，就是扼杀创新，这世界上没有没风险的创新。很多时候，把风险控制为零才是最大的风险。

当年的赤壁之战，曹操把船连起来的思考就是最早的航母的思考，但是一把火让中国一千年再也没有人敢去想航母这个事，一旦想到这把火，谁还敢去创新，这是一个错误消灭一个时代的创新。

七八年前我提出过互联网金融，但我们一直强调互联网金融必须有三个核心要素：一是丰富的数据；二是基于大数据的风控技术；三是基于大数据信用体系。用这三个标准衡量，就会看到P2P根本不是互联网金融，但是今天不能因为 P2P把整个互联网技术对金融的创新给否定了，其实我们要想一想，中国怎么可能在几年内出现几千家互联网金融公司？几千家P2P是什么原因导致的？

今天我们的监管确实很难。创新来自市场，来自基层，来自年轻人，对监管的挑战越来越大。其实监和管是两件事，监是看着你发展，关注你发展，管是有问题的时候才去管，但是我们现在管的能力很强，监的能力不够，好的创新不怕监管，但是怕昨天的方式去监管，我们不能用管理火车站的办法来管机场，不能用昨天的办法来管未来。

监和管不一样，政策和文件也不一样，今天是这个不许那个不许的文件太多，政策是机制建设，激励发展。今天需要“政策专家”，而不是“文件专家”，制订政策是一门技术活，其实解决系统复杂性的问题，我可以提供淘宝的经历作为参考。17年以前，我们制定了很多不允许的政策，当时淘宝

的政策非常复杂，商家都看不懂，后来我们提出来，加一减三，你要加一条政策，就要减前面三条。我们现在的文件越来越多，导致谁干都可能出事情。

理论和系统是不一样的，专家和学者是不一样的，专家是干出来的，干得很厉害，但不一定会总结，很多学者是不具体干，但是能从别人的实践中形成理论。只有专家和学者结合起来，只有理论和实践结合起来，才能真正去创新解决今天和明天的问题。我们需要来自实践的理论，不是来自办公室理论的实践，P2P很多，就是来自办公室理论的实践，正确理解P2P给我们的巨大教训，不是否定互联网技术，更不要再重复办公室理论的实践。

我觉得有一个现象，全球很多监管部门监管到后来，变成了自己没有风险，自己部门没有风险，但是整个经济有风险，整个经济不发展的风险。未来的比赛是创新的比赛，不仅仅是监管技能的比赛。我的理解，习主席说的执政能力的提升，是指在监管有序下的健康可持续发展，而不是监管了没发展。

第三，金融的本质是信用管理，我们必须改掉金融的当铺思想，依靠信用体系。

今天的银行延续的还是当铺思想，抵押和担保就是当铺。这在100年前也是很厉害的思想，没有抵押，担保这些创新，就不可能有今天的金融机构，中国经济40年来不可能发展到今天。

但是靠资产和抵押的体制会走极端，这几年跟很多企业家交流，中国的金融当铺思想最为严重，要么是资产全押了出去，压力巨大，压力大以后动作变形；要么肆无忌惮贷款，不断加杠杆，负债搞的很大。大家都知道：你向银行借10万块，你有点慌；借1000万，你和银行都有点慌；借10个亿，你一点不用慌，银行会很慌。还有一个习惯，银行喜欢给好企业、不需要钱的企业贷款，结果让很多好企业变成了坏企业，形成了多元化的投资，钱太多也惹很多事。

抵押的当铺思想，是不可能支持未来30年世界发展对金融的需求的。我

们必须用借助今天的技术能力，用大数据为基础的信用体系来取代当铺思想，这个信用体系不是建立在IT基础上，不是建立在熟人社会的基础上，必须是建立在大数据的基础上，才能真正让信用等于财富。其实要饭的，也必须有信用，没有信用，连饭都要不到。

——今天的世界，期待一个真正为未来而思考的全新的金融体系。

今天的金融体系是工业时代的产物，是为了解决工业化而设置的全面的金融体系，是“28理论”，什么叫“28理论”？为了投资20%来解决80%的问题。而未来的金融体系是要解决“82理论”，帮助80%的小企业和年轻人，来带动20%的人。要从过去的“人找钱”、“企业找钱”到转型为“钱找人”、“钱找企业”、“钱找好企业”。评价这个体系唯一的标准就是是否普惠、包容、绿色、可持续，背后的大数据、云计算和区块链等前沿技术，今天能够担当起巨大责任。

各位，如果在二战以后，当时的人们有这样的远见，为后代、为未来设计了一个很好的金融体系，我们今天有这个责任和思考，去建立一个真正属于未来、属于年轻人和下一代，属于这个时代的金融体系。

今天我们不是做不到，而是不去做。今天我们的技术发展让我们已经完全可以做到这些，遗憾的是很多人不愿意去做。今天全球的金融体系必须改革，不然不仅仅是失去机会的问题，而是让全世界会陷入更多的混乱，因为创新走在监管前面是正常的，但是当创新远远走在监管前面的时候，当创新的丰富度和深度远远超过监管想象的时候，就不正常了，社会和世界会陷入混乱。

拿数字货币来说，如果用未来的眼光打造30年后世界所需的金融体系，数字货币可能是非常重要的核心。今天的金融确实不需要数字货币，但是明天需要，未来需要，成千上万的发展中国家和年轻人需要，我们应该问自己，数字货币到底要解决未来的什么实际问题？十年以后的数字货币和今天的数字货币可能根本就不是一回事，这个数字货币不是从历史上去找，不应该从

监管角度去找，不应该从研究机构去找，而是从市场去找，从需求去找，从未来去找。这件事事关重大，我们的研究机构不应该是政策机构，政策机构也不能仅仅依赖自己的研究机构。因为数字货币体系是一个技术问题，但又不仅仅是技术问题，更是一个解决未来问题的方案，数字货币可能会重新定义货币， 尽管货币的主要功能仍然在，但是一定会重新定义货币，就象苹果手机重新定义了手机，打电话只是一个功能。数字货币远远没有到抢标准的时候，是创造价值，是需要思考如何通过数字货币建立新型的金融体系，为全世界思考未来，思考全球的贸易怎么做，更要思考这世界上应该要用经得起考验的技术的基础上所建立的数字货币。真正去解决世界贸易可持续、绿色和普惠的问题。

最后我想说，今天人类社会到了最关键的时刻，千万不要小看这场疫情，这场疫情是倒逼人类社会进步的力量，不亚于二战。从金融本身来说，从美国不断的向世界各国，特别是美国不断向华尔街股市输入大量现金，各国都在跟随其后，大家想过后面的结果会怎么样没有。它所带来的巨大影响远远超过我们今天很多人讨论的技术层面的问题。我们对今天世界上很多的组织机构，不是简单的去反对它，而是一起重新思考他今天的价值，无论是联合国，WTO，还是WHO，这些组织确实存在很多问题，消灭这些组织并不解决问题，但这些组织应该怎么面向未来，如何改革，是要重新思考的。

新金融体系是未来的方向，不管我们高兴不高兴，它一定会起来，不管我们做不做，一定会有人去做。未来我相信改革是要付出牺牲的、是要付出代价的，我们这一代人要做这样的改革，可能下一代才能看到，我们可能是负重前行的一个人，这是历史的机遇，也历史的责任。过去16年，蚂蚁金服一直围绕着绿色、可持续和普惠发展，如果绿色、可持续和普惠、包容的金融是错误的话，我们将会一错再错、一错到底，谢谢大家！

简评

该硕士论文的对象为现代汉语政论话语，课题是现代汉语政论话语的词汇语义和语法特征。

该研究的目的是从词汇，风格，语法角度来仔细地研究并分析现代汉语政论话语的语言和风格特征。

在该硕士论文我们：

- 确定了政论话语研究的理论基础并强调了政论话语概念的实质；

- 制定了分析现代汉语政论话语词汇语义和语法特征的方法论基础；

- 确定并分析了现代汉语政论话语词汇语义特征；

- 确定并分析了现代汉语政论话语语法特征；

该研究的紧迫性是由于对现代汉语政论话语的科学兴趣日益浓厚，以及需要详细研究在各种领域不同人物的公开演讲中使用的词汇语义和语法手段。

该论文的研究资料为：

1. 马云2020届上海纽约大学本科毕业典礼致辞全文；

2. 马云2015纽约励志演讲稿;

3. 2020年马云外滩金融峰会演讲。

该硕士论文由引言，三个章，结论， 参考文献列表，简评和附录组成。

第一部分致力于研究乌克兰、俄罗斯、欧洲和中国学者研究政论话语的主要理论方法，并详细揭示了政论话语与其他传播领域相关性的局限性。详细论述了政论话语概念的主要定义和愿景，以及中国政论话语中政治语言的主要特征。

第二部分致力于分析语言和文体特征研究的理论和方法论基础，并描述了硕士论文的主要研究的方法。

第三部分致力于研究马云公开讲话中的主要词汇，语义和语法特征。

在结论我们总结了现代汉语政论话语的语言和文体特征研究的结果，并

突出了进一步研究现代中国商人马云公开讲话词汇语义和语法特征的前景。

取得的研究成果的实际意义在于将来在许多中文学科中使用所获得的数据和研究成果。

实际研究的材料也可以用于汇编措辞，解释和翻译词典，以及用于语法，词汇学，文体学和语音学的教科书。

关键词：语言和文体特征，政论话语，政论演讲， 词汇，语义，语法。