

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА /
THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE LINGUISTICS

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2024.140.40>

ЭТНИЧЕСКИЕ ПАРЕМИИ КАК ЛИНГВОКРЕАТИВНЫЙ ПРИЕМ ВОЗДЕЙСТВИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ
СМИ КИТАЯ

Научная статья

Кохан И.Н.^{1,*}

¹ ORCID : 0000-0002-5408-3310;

¹ Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (kokhan_in[at]dvfu.ru)

Аннотация

В статье анализируются особенности функционирования этнических китайских паремий в англоязычных СМИ Китая. Паремия рассматривается в качестве лингвокреативного приема прагматического воздействия на иноязычного читателя. Выдвигается предположение, что обращение к элементам народного словотворчества в медиатекстах не случайно и обусловлено в частности стремлением авторов статей привлечь внимание иноязычного читателя, а также выразить национальную идентичность и представить коллективное отношение Китая к обсуждаемой проблеме, заручившись общенациональной поддержкой, концентрированно выраженной в паремии. Для подтверждения данного предположения проводится анализ содержания англоязычных статей сайтов ведущих новостных изданий Китая, устанавливается связь цитируемых паремий с тематикой сообщения, способом передачи и функцией паремий в текстах.

Ключевые слова: лингвистика креатива, паремиология, масс-медийный дискурс, межкультурная прагматика, СМИ Китая.

ETHNIC PAROEMIA AS A LINGUOCREATIVE DEVICE OF INFLUENCE IN ENGLISH LANGUAGE MEDIA OF
CHINA

Research article

Kokhan I.N.^{1,*}

¹ ORCID : 0000-0002-5408-3310;

¹ Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russian Federation

* Corresponding author (kokhan_in[at]dvfu.ru)

Abstract

The article analyses the specifics of functioning of ethnic Chinese paroemia in English-language mass media of China. Paroemia is regarded as a linguistically creative technique of pragmatic influence on a foreign-language reader. It is suggested that the appeal to the elements of folk word creation in media texts is not accidental and is conditioned, in particular, by the authors' desire to attract the attention of foreign-language readers, as well as to express national identity and present China's collective attitude to the discussed problem, gaining national support, concentrated in the paroemia. To confirm this assumption, the content of English-language articles on the websites of China's leading news outlets is analysed, and the relationship between the quoted paroemia and the subject of the message, the mode of transmission and its function in the texts is established.

Keywords: creative linguistics, paremiology, mass-media discourse, intercultural pragmatics, Chinese media.

Введение

В настоящее время лингвокреативный подход к изучению разных видов дискурса является одним из наиболее актуальных и востребованных [1]. Современные векторы исследования лингвистики креатива затрагивают такие вопросы как анализ причин и следствий возникновения тех или иных креативных единиц речетворчества в различных типах дискурса, виды этих единиц, выявление закономерностей, особенностей и ошибок при их создании.

Настоящее исследование, фокусирующееся на анализе фольклорных единиц китайской культуры, функционирующих в англоязычных СМИ Китая, видится особенно актуальным с точки зрения теории межкультурной коммуникации, так как анализируемые элементы – паремии – являются англоязычным переложением традиционной китайской культуры. Отмечая достаточно частотное обращение к национальным паремиям в современных СМИ Китая, выпускаемых на английском языке, мы полагаем, что обращение это интенционально и служит определённым целям воздействия на иноязычного читателя.

Таким образом, актуальность изучения этнических паремий в дискурсе англоязычных СМИ Китая видится в переложении креативных элементов речетворчества традиционной китайской культуры на иностранном языке с целью достижения некоторых прагматических целей в аспекте межкультурной коммуникации Китая как одного из лидеров на мировой арене с государствами-партнерами.

Целью исследования выступает анализ причин и следствий обращения к этническим паремиям как лингвокреативному приему в дискурсе англоязычных СМИ Китая.

Достижению цели способствует решение ряда **задач**, среди которых:

1) анализ контекстов функционирования китайских этнических паремий в англоязычных СМИ Китая;

- 2) анализ способов передачи китайских этнических паремий на английский язык в государственных СМИ Китая;
- 3) анализ прагматических функций, выполняемых китайскими этническими паремиями в англоязычных СМИ Китая в связи с тематикой сообщения.

Теоретическая часть

Теоретической предпосылкой обособления лингвокреативности в самостоятельное направление лингвистики является переход научного познания в антропоцентрическую парадигму, характеристикой которой выступает триада «язык, культура, языковая личность» [7].

Исходя из самой формулировки понятия «лингвокреативность» видится, что данный подход предполагает некоторый творческий процесс построения речи [4].

Т.А. Гридина отмечает, что лингвокреативное мышление характеризуется ассоциативностью, подразумевающей способность говорящего оперировать механизмами имеющегося у него индивидуального и социально-культурного опыта для создания «новой лингвистической реальности» [5].

По мнению В.В. Фещенко, творческое в языке представляет собой некоторый новый нестандартный продукт, в определенной мере отличный от готовых стандартов [9]. Кроме того, по справедливому утверждению О.Д. Вишняковой «в основе лингвокреативных преобразований лежит процесс интерпретации, обусловленный трансформациями на языковом и экстралингвистическом уровнях, нацеленными на специфическое употребление как вновь созданных, так и существующих в языке единиц для решения определенных коммуникативных задач, сопровождаемых созданием соответствующего коммуникативно-прагматического или стилистического эффекта» [2].

Данные утверждения указывают на актуальность рассмотрения феномена лингвокреативности в рамках прагматического аспекта межкультурной коммуникации.

В контексте современной политической и экономической ситуации особую роль обретает умение государствами вести международный диалог на всех уровнях. В настоящем исследовании англоязычные СМИ Китая рассматриваются как один из способов донесения национальной точки зрения. Ведущие информационные агентства Китая являются своеобразным «рупором» Коммунистической Партии, публикуя статьи в соответствии с политическим курсом государства.

В ходе анализа источников нами было обнаружено достаточно частотное обращение к паремиям. Отметим, что паремия в данной работе понимается как устойчивое краткое изречение, представляющее собой продукт многовековой народной рефлексии Китая; изречение, воспроизводимое и передаваемое из поколения в поколение с целью сохранения нравственных эталонов, ценностей и менталитета нации, а также выступающее прагматически маркированным средством вербального речевого воздействия и являющееся собирательным понятием для множества экспрессивных средств языка (половицы, поговорки, идиомы, афоризмы и т.д.) [8].

В соответствии с параметрами лингвистической креативности, разработанными Дж. Гилфордом [3], мы считаем правомерным рассмотрение этнических китайских паремий как лингвокреативного приема, направленного на реализацию определенных прагматических интенций:

- этнические китайские паремии в англоязычных СМИ Китая являются единицами оригинальными, способными устанавливать отдаленные ассоциации;
- этнические китайские паремии в англоязычных СМИ Китая наделены определенной семантической гибкостью, то есть способны «встраиваться» в статьи как внутренней, так и международной тематики;
- этнические китайские паремии в англоязычных СМИ Китая наделены определенной образной адаптивной гибкостью, то есть при их переложении на английский язык допускается замена образов с исконно китайских на более знакомые англоязычному читателю.

Учитывая такую специфику функционирования государственных СМИ Китая, как подчинение и контроль Партии, паремии видятся нам как эффективный инструмент установления определенных отношений между передаваемой в статьях информацией и мнением коллективного Китая, выражаемом авторами статей после цензурирования.

Практическая часть

На первом этапе исследования мы проанализировали тематику новостей, в контекстах которых встречались этнические китайские паремии.

Отметим, что паремии чаще фигурируют в статьях, посвященных внутренним делам Китая. Видится, что таким образом посредством элемента народной мудрости реализуется прагматическая функция соотнесения жизни современного Китая и его многовекового исторического опыта.

В статьях международной тематики паремии встречались несколько реже, что может быть объяснено различием менталитетов и истории народов, с одной стороны, и стремлением дать государствам-партнерам мудрый совет, проведя параллель с собственным историческим опытом Китая, с другой.

Отмеченное нами соотношение паремий в информационных сообщениях составляет приблизительно 70% для статей внутренней тематики и 30% для статей внешней тематики при общем количестве 295 проанализированных фрагментов.

Рассмотрим далее несколько примеров функционирования этнических паремий в англоязычных СМИ Китая разных тематик с позиции теории лингвокреативности. При рассмотрении проведем анализ способов передачи паремий на английский язык, а также определим прагматическую функцию, которую выполняют паремии.

Так, в статье, посвященной XIX съезду Коммунистической партии Китая, приводится цитата из выступления Председателя КНР Си Цзиньпина:

«Be vigilant in times of peace.» In many of his speeches, Chinese President Xi Jinping has quoted this proverb to remind Party cadres and government officials not to get lost in comfort [10]. // «Будьте бдительны в мирное время». Во многих своих выступлениях президент Китая Си Цзиньпин цитировал эту поговорку, чтобы напомнить партийным кадрам

и правительственным чиновникам, что не стоит теряться в комфорте. (Прим.: все переводы выполнены автором статьи).

Данная паремия 刀枪入库, 马放南山 – «сложить оружие и отпустить лошадей на южные горы» передается на английский язык путем отказа от первоначальной образности и буквализации семантики изречения. Данный отказ от образов лошадей, гор и оружия видится нам как интенциональная попытка передать смысл паремии наиболее доступным иноязычному читателю образом – представить буквальное значение выражения. Прагматическая функция паремии в данном контексте заключается в совете сохранять бдительность, несмотря на то, что Китай процветает и не ведёт открытых военных конфликтов (в том числе и с Тайванем). Тем не менее в реалиях современной нестабильной ситуации в мире, стоит быть готовым защищать свои интересы как внутри страны, так и за её пределами.

Еще одним примером функционирования этнической паремии в англоязычных СМИ Китая является следующий фрагмент:

The general manager of the JW Marriott Hotel Shanghai at Tomorrow Square quoted a Chinese proverb that it is important to «teach people how to fish rather than provide them.» «Providing the students with the right skills they need to succeed», he said, adding that the hotel was a melting pot of different people, a perfect place for them to learn professional awareness and social skills [13]. // Гендиректор отеля JW Marriott Shanghai на площади Tomorrow процитировал китайскую поговорку о том, что важно «научить людей ловить рыбу, а не давать им ее». «Обучая студентов навыкам, необходимым для достижения успеха», – сказал он, добавив, что отель представляет собой плавильный котел разных людей, идеальное место для них, чтобы научиться профессиональным знаниям и социальным навыкам.

В статье рассматривается программа поддержки инклюзивной молодежи города Шанхай, направленная на получение доступного образования и трудоустройства людьми с ограничениями по здоровью.

Паремия 授人以鱼不如授人以渔 – «дай человеку рыбу – и он будет сыт на один день, научи человека ловить рыбу – и он будет сыт на всю жизнь» сохраняет при передаче на английский язык все исходные образы. Известное изречение Конфуция вошло в обиход не только Китая, но и всего мира. Образы паремии узнаваемы и универсальны, что также подчеркивает ее значимость в контексте межкультурной коммуникации. Прагматическая функция паремии видится нам в дополнительной поддержке создателей и кураторов такого важного социального проекта, как обучение людей с особенностями здоровья и помощь в адаптации к условиям жизни современного мегаполиса.

Оба проанализированные нами примера содержат паремии, функционирующие в статьях внутренней тематики. Отметим, что паремии тут в основном служат прагматической функции одобрения, поощрения и несут в себе определенный дидактический смысл, совет.

Рассмотрим далее несколько примеров паремий, функционирующих в статьях международной тематики.

Фрагмент статьи, посвященной сотрудничеству Китая и ОАЭ содержит паремию 要想富, 先修路 – «хочешь процветания – сначала построй дорогу»: *There is an old Chinese saying, «to get rich, build roads first.» On roads there can be trade, mutual benefits, closer distances and more. They enable the booming of the transportation industry, thereby boosting the development of the economy [12]. // Есть старая китайская поговорка: «Чтобы разбогатеть, сначала построй дороги». На дорогах может быть торговля, взаимная выгода, сокращение расстояний и т. д. Они обеспечивают бум транспортной отрасли, тем самым стимулируя развитие экономики.*

Паремия передается на английский язык буквально, с сохранением образов. Такой передачи требует и контекст самого сообщения. В статье обсуждаются особенности логистики между Пекином и Объединёнными Арабскими Эмиратами, что несомненно лучше всего описать образами дороги и богатства. Прагматическая функция паремии, на наш взгляд, заключается в поощрении сотрудничества двух государств, которое приведет партнеров к экономическим, культурным и туристическим успехам.

Любопытным кажется пример статьи, посвященной вовлеченности Китая в деятельность международных организаций и представлению своих инициатив по мироустройству на глобальной арене. В данном контексте фигурируют сразу две этнические паремии:

As an ancient Chinese saying goes, «Only when the granary is full will people learn etiquette; only when people are well fed and clothed will they know honor and shame.» Growth is the basis for security and civilization. Only when all countries prosper can peace last and civilizations thrive. «Stability brings a country prosperity, while instability leads a country to poverty», is another ancient Chinese saying. Security is a prerequisite of growth and civilization [11]. // Как гласит древняя китайская поговорка: «Люди научатся этикету только тогда, когда амбар будет полон; только когда люди сыты и одеты, они познают честь и стыд». Рост является основой безопасности и цивилизации. Только тогда, когда все страны будут процветать, сможет сохраниться мир и процветать цивилизация. «Стабильность приносит стране процветание, а нестабильность ведет страну к бедности», – еще одна древняя китайская поговорка. Безопасность является предпосылкой роста и цивилизации.

Обе паремии: 糧倉飽了, 人才學禮儀 人只有吃飽穿暖了, 才會知道榮辱 «Люди научатся этикету только тогда, когда амбар будет полон; только когда люди сыты и одеты, они познают честь и стыд» и 治則興, 亂則衰 «порядок ведет к процветанию, а хаос – к загниванию; спокойствие в стране ведет к процветанию, а хаос – к упадку» также сохраняют исконные образы при передаче ввиду своей универсальности и доступности. Прагматическая функция паремий заключается в интенции при помощи элемента многовековой мудрости подчеркнуть глубокую значимость мира, стабильности и стремления к всеобщему финансовому благополучию. Позиция Китая по всем проблемным вопросам глобального мира всегда предельно миролюбива и гуманна, любые конфликты необходимо прекратить, так как они не несут в себе ничего, кроме горя. При помощи паремий данная точка зрения особенно подчеркивается за счет указания на такие концепты, как хаос, упадок, бедность. В конфликте нет

победителя, обе стороны всегда несут потери. В то же время первая процитированная в примере паремия указывает, что все страны мира должны стремиться к процветанию, построению безопасных цивилизованных отношений.

Резюмируя анализ источников посвященных международной деятельности Китая, хотелось бы отметить функциональную дидактичность паремий, стремление с их помощью представить мудрость Китая в политических и экономических вопросах, которой следует поучиться другим, более молодым и амбициозным народам.

Выводы

Анализ функционирования этнических паремий в контексте англоязычных СМИ Китая с позиций теории лингвокреативности позволил прийти к выводу, что паремии в текстах статей цитируются интенционально.

В статьях внутренней тематики паремии служат прагматической цели поощрения, одобрения поступков героев сообщений. Паремии выступают своеобразным «мостом» между древним Китаем и его преемником – современным Китаем, тщательно следующим заветам прошлых поколений.

Статьи внешней тематики отмечаются дидактичностью прагматической функции. Обнаруженные нами в данных контекстах паремии несут определенный нравоучительный характер.

Говоря о способах передачи паремий, отметим, что при переложении китайских паремий на английский язык авторы статей руководствовались, главным образом, доступностью образов широкому кругу читателей. Если паремия является широко известной, образы сохраняются. Если же паремия не знакома иноязычному читателю – исконные образы претерпевают изменения в пользу более известных или вовсе буквализма.

Заключение

В рамках настоящей работы этнические паремии рассматривались как лингвокреативный прием воздействия в англоязычных СМИ Китая.

При чтении статей иноязычный читатель обязательно обращает особое внимание на паремии, устанавливает определенные ассоциации между общим содержанием статьи, своим собственным мировоззрением и знанием о Китае, независимо от тематики сообщения. Образность паремий также наделена определенной гибкостью, что позволяет соотносить их не только с культурой Китая, но и с культурным и историческим опытом своего собственного народа. Этнические паремии, функционирующие в медийном дискурсе Китая, являются дополнительным лингвокреативным средством воздействия на иноязычного читателя, предлагая ему возможность проанализировать прочитанную информацию с позиций многовековой мудрости одного из древнейших государств мира.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Белоглазова Е.В. Лингвокреативность в художественном и научном дискурсе / Е.В. Белоглазова, Ю.В. Сергаева // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. — 2016. — 7. — с. 21-30. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_30298145_36394326.pdf (дата обращения: 29.01.2024)
2. Вишнякова О.Д. Национально-культурные аспекты лингвокреативного осмысления действительности / О.Д. Вишнякова, Е.А. Вишнякова // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. — 2019. — 1. — с. 23-34. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalno-kulturnye-aspekty-lingvokreativnogo-osmysleniya-deystvitelnosti/viewer> (дата обращения: 29.01.2024)
3. Гилфорд Дж. Три стороны интеллекта / Дж. Гилфорд // Лекция, прочитанная в Стенфордском университете 13 апреля 1959 г. На русском языке опубликована в сборнике переводов «Психология мышления», под редакцией А.М. Матюшкина. — М.: Прогресс, 1965. — 534 с.
4. Голованова Л.Н. Лингвокреативность как свойство языкового сознания личности / Л.Н. Голованова, Е.Н. Панкратова // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — 3. — с. 516. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_23703944_66451547.pdf (дата обращения: 29.01.2024)
5. Гридина Т.А. Лингвистика креатива / Т.А. Гридина. — Екатеринбург: ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет», 2013. — 369 с. — URL: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/5958/1/mon00079.pdf?ysclid=lrzyh5ci9o505024748> (дата обращения: 29.01.2024)
6. Дускаева Л.Р. Лингвокреативность в создании паратекста телеграм-канала / Л.Р. Дускаева, Л.Ю. Иванова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. — 2023. — 1. — с. 40-60. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_53810683_79426400.pdf (дата обращения: 29.01.2024) DOI: 10.21638/spbu09.2023.103.
7. Никитина О.А. Лингвокреативность языковой личности и дискурсивные маркеры лексических инноваций / О.А. Никитина // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. — 2014. — 4. — с. 206-221. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_21578485_24449441.pdf (дата обращения: 29.01.2024)
8. Кохан Ирина. Межкультурная прагматика китайских паремий в англоязычном медиадискурсе: монография / Ирина Кохан — Владивосток: Издательство Дальневосточного федерального университета, 2022. — 168 с. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_49816997_31049477.pdf (дата обращения: 29.01.2024)

9. Фещенко В.В. Язык как творчество и творчество в языке: к истории лингвистической идеи / В.В. Фещенко // Критика и семиотика. — 2015. — 17. — с. 84-94. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_25451454_88150918.pdf (дата обращения: 29.01.2024)
10. Chinese Wisdom in Xi's Words: "Be vigilant in times of peace" . — 2022 — URL: <https://english.news.cn/20220318/5e05b33fc90a47e9a995669cde53ca65/c.html> (accessed: 30.01.2024)
11. Liu J. Promoting a human community with a shared future / J. Liu. — 2023 — URL: <https://global.chinadaily.com.cn/a/202309/06/WS64f7b5b8a310d2dce4bb4175.html> (accessed: 30.01.2024)
12. Liu L. The friendship between China and Arab nations / L. Liu. — 2023 — URL: <https://global.chinadaily.com.cn/a/202309/21/WS650be409a310d2dce4bb7018.html> (accessed: 30.01.2024)
13. Li Q. Inclusive Space welcomes the mentally challenged / Q. Li. — 2022 — URL: <https://www.shine.cn/news/metro/2210141502/> (accessed: 30.01.2024)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Beloglazova E.V. Lingvokreativnost' v hudozhestvennom i nauchnom diskurse [Linguocreativity in Artistic and Scientific Discourse] / E.V. Beloglazova, Ju.V. Sergaeva // Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities. — 2016. — 7. — p. 21-30. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_30298145_36394326.pdf (accessed: 29.01.2024) [in Russian]
2. Vishnjakova O.D. Natsional'no-kul'turnye aspekty lingvokreativnogo osmyslenija dejstvitel'nosti [National-cultural Aspects of Linguocreative Comprehension of Reality] / O.D. Vishnjakova, E.A. Vishnjakova // Issues of Journalism, Pedagogy, Linguistics. — 2019. — 1. — p. 23-34. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalno-kulturnye-aspekty-lingvokreativnogo-osmysleniya-deystvitelnosti/viewer> (accessed: 29.01.2024) [in Russian]
3. Gilford J. Tri storony intellekta [The Three Sides of Intelligence] / J. Gilford // Lecture delivered at Stanford University on 13 April 1959. Published in Russian in the collection of translations "Psychology of Thinking", edited by A.M.Matyushkin. — M.: Progress, 1965. — 534 p. [in Russian]
4. Golovanova L.N. Lingvokreativnost' kak svojstvo jazykovogo soznaniya lichnosti [Linguocreativity as a Property of the Individual's Linguistic Consciousness] / L.N. Golovanova, E.N. Pankratova // Modern Problems of Science and Education. — 2015. — 3. — p. 516. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_23703944_66451547.pdf (accessed: 29.01.2024) [in Russian]
5. Gridina T.A. Lingvistika kreativa [Creative Linguistics] / T.A. Gridina. — Yekaterinburg: FSBEI HPE «Ural State Pedagogical University», 2013. — 369 p. — URL: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/5958/1/mon00079.pdf?ysclid=lrzyh5ci9o505024748> (accessed: 29.01.2024) [in Russian]
6. Duskaeva L.R. Lingvokreativnost' v sozdanii parateksta telegram-kanala [Linguocreativity in the Creation of Paratext of a Telegram Channel] / L.R. Duskaeva, L.Ju. Ivanova // Bulletin of St. Petersburg University. Language and Literature. — 2023. — 1. — p. 40-60. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_53810683_79426400.pdf (accessed: 29.01.2024) DOI: 10.21638/spbu09.2023.103. [in Russian]
7. Nikitina O.A. Lingvokreativnost' jazykovej lichnosti i diskursivnye markery leksicheskikh innovatsij [Linguocreativity of Linguistic Personality and Discursive Markers of Lexical Innovations] / O.A. Nikitina // Bulletin of Chelyabinsk State Pedagogical University. — 2014. — 4. — p. 206-221. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_21578485_24449441.pdf (accessed: 29.01.2024) [in Russian]
8. Kohan Irina. Mezhhkul'turnaja pragmatika kitajskih paremij v anglojazychnom mediadiskurse: monografija [Intercultural Pragmatics of Chinese Paremi in English Language Media Discourse: monograph] / Irina Kohan. — Vladivostok: Far Eastern Federal University Publishing House, 2022. — 168 p. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_49816997_31049477.pdf (accessed: 29.01.2024) [in Russian]
9. Feschenko V.V. Jazyk kak tvorcestvo i tvorcestvo v jazyke: k istorii lingvisticheskoj idei [Language as Creativity and Creativity in Language: Towards a History of the Linguistic Idea] / V.V. Feschenko // Criticism and Semiotics. — 2015. — 17. — p. 84-94. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_25451454_88150918.pdf (accessed: 29.01.2024) [in Russian]
10. Chinese Wisdom in Xi's Words: "Be vigilant in times of peace" . — 2022 — URL: <https://english.news.cn/20220318/5e05b33fc90a47e9a995669cde53ca65/c.html> (accessed: 30.01.2024)
11. Liu J. Promoting a human community with a shared future / J. Liu. — 2023 — URL: <https://global.chinadaily.com.cn/a/202309/06/WS64f7b5b8a310d2dce4bb4175.html> (accessed: 30.01.2024)
12. Liu L. The friendship between China and Arab nations / L. Liu. — 2023 — URL: <https://global.chinadaily.com.cn/a/202309/21/WS650be409a310d2dce4bb7018.html> (accessed: 30.01.2024)
13. Li Q. Inclusive Space welcomes the mentally challenged / Q. Li. — 2022 — URL: <https://www.shine.cn/news/metro/2210141502/> (accessed: 30.01.2024)