

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.41.42>ЭТНИЧЕСКИЕ ПАРЕМИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ КОРЕЙСКОМ МЕДИАТЕКСТЕ: РЕТРАНСЛЯЦИЯ
КОРЕЙСКОГО КУЛЬТУРНОГО КОДА

Научная статья

Николаева О.В.¹, Шеховцова Т.А.^{2,*}¹ ORCID : 0000-0002-2918-2202;² ORCID : 0009-0008-7660-7462;^{1,2} Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Российская Федерация² Владивостокский государственный университет, Владивосток, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (ytakim[at]mail.ru)

Аннотация

Исследование выполнено в актуальном проблемном поле, посвященном изучению национальной специфики медиатекстов в англоязычных изданиях стран Восточной Азии. Англоязычный корейский медиатекст представлен как культурно-значимый феномен, с одной стороны, отражающий особенности современной массовой культуры, с другой – транслирующий специфику национальной культуры. Национально-культурная специфика медиатекста корейских СМИ формируется коллективной языковой личностью – носителем корейской культуры. Целью исследования является выявление процессов актуализации этнического паремиологического фонда в англоязычном корейском медиатексте. Материалом для исследования послужили медиатексты из СМИ Южной Кореи: «The Korea Herald», «The Korea Times» «The Korea JoongAng Daily», «The Yonhap News Agency», «The Chosun Ilbo» и др. с 1998 по 2022 гг.

Методологическая база представлена сочетанием двух основных подходов: лингвосомиотики культуры и дискурсологии. В качестве основных методов использовались дискурс-анализ и герменевтический анализ. В результате исследования выявлено, что в текстах корейских СМИ происходит слияние языковой и информационной картин мира, обе из которых являются культурно-обусловленными. Текст как смыслопорождающий инструмент не только передает информацию, но и генерирует и кодирует новые смыслы. В качестве средства передачи культурно-значимых смыслов в медиатексте англоязычных корейских СМИ выступают корейские этнические пословицы и поговорки, передающие традиции и ценности языкового коллектива.

Национальный характер восприятия мира выражается в отборе пословичных образов, актуализирующих корейские национальные ценности. Система образов основана на особенностях полиморфного кода традиционной корейской культуры (хрономорфного, биоморфного, социоморфного, природно-ландшафтного, мифологического). При включении полиморфного культурного кода в современный социальный и политический хронотоп возникает актуальное воспроизведение традиционной культуры как новое «прочтение» опыта предшествующих поколений. Пословичным кодом переданы острые проблемы современного корейского общества и международной ситуации. В заключении сделан вывод, что актуализация корейского пословичного фонда в англоязычных медиатекстах корейских СМИ осуществляется, с одной стороны, с целью реализации национально-культурной идентичности и транслирования национальной ценностной картины мира. С другой – как естественная особенность речевой культуры корейцев. Выводы могут быть использованы в прикладной образовательной деятельности, в теории и практике межкультурной коммуникации, практике перевода, паремиографии.

Ключевые слова: медиатекст, масс-медийный дискурс, СМИ, корейские пословицы, национально-культурные особенности.

ETHNIC PAROEMIA IN ENGLISH-LANGUAGE KOREAN MEDIA TEXTS: RELAYING THE KOREAN
CULTURAL CODE

Research article

Nikolaeva O.V.¹, Shekhovtsova T.A.^{2,*}¹ ORCID : 0000-0002-2918-2202;² ORCID : 0009-0008-7660-7462;^{1,2} Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russian Federation² Vladivostok State University, Vladivostok, Russian Federation

* Corresponding author (ytakim[at]mail.ru)

Abstract

The study was conducted in the relevant problem field of the study of national specificity of media texts in English-language editions of East Asian countries. The English-language Korean media text is presented as a culturally significant phenomenon that, on the one hand, reflects the features of modern mass culture and, on the other hand, conveys the specifics of national culture. The national and cultural specificity of the media text of Korean media is formed by the collective linguistic personality, a native speaker of Korean culture. The aim of the research is to identify the processes of ethnic paremiological fund actualization in the English-language Korean media text. The material for the study was media texts from South Korean media such as "The Korea Herald", "The Korea Times", "The Korea JoongAng Daily", "The Yonhap News Agency", "The Chosun Ilbo", etc. from 1998 to 2022.

The methodological basis is represented by a combination of two main approaches: cultural linguosemiotics and discourse studies. Discourse analysis and hermeneutic analysis were used as the main methods. The research revealed that Korean media texts merge linguistic and informational pictures of the world, both of which are culturally conditioned. Text as a meaning-making tool not only transmits information, but also generates and encodes new meanings. Korean ethnic proverbs and sayings that convey the traditions and values of the language community serve as a means of conveying culturally meaningful meanings in the media text of English-language Korean media.

The national character of the perception of the world is expressed in the selection of proverbial images that actualize Korean national values. The system of images is based on the polymorphic code of traditional Korean culture (chronomorphic, biomorphic, sociomorphic, natural and landscape, and mythological). When the polymorphic cultural code is incorporated into the contemporary social and political chronotope, an actual reproduction of traditional culture emerges as a new "reading" of the experience of previous generations. The proverbial code transmits acute problems of contemporary Korean society and the international situation. The conclusion is made that the actualization of Korean proverbs in the English-language media texts of Korean media is carried out, on the one hand, for the purpose of realization of national and cultural identity and translation of the national value picture of the world. On the other hand, it is a natural feature of the speech culture of Koreans. The conclusions can be used in applied educational activities, theory and practice of intercultural communication, translation practice and paremiography.

Keywords: media text, mass media discourse, media, Korean proverbs, national and cultural specifics.

Введение

В современном медиационном мире многие страны публикуют периодические издания на языках мирового значения как языках-посредниках. Страны Восточной Азии (Китай, Корея, Япония) имеют многочисленные газеты и журналы на английском языке. Медиа материалы в таких англоязычных СМИ создаются для широкого круга владеющих английским языком читателей, преимущественно иностранных граждан или соотечественников, проживающих за рубежом.

Медиа тексты на неродных языках, языках межкультурной и межнациональной коммуникации, языках-посредниках, представляют собой воспроизведение на другом языке родной национальной культуры, отражающей специфику этнической картины мира, культурные ценности коллектива, национальный характер. Исследование выполнено в обширном **актуальном** проблемном поле изучения национальной специфики медиатекстов в англоязычных изданиях стран Восточной Азии, создаваемых для широкой мировой аудитории.

Актуальность исследования определяется также стремительным развитием медиалингвистики и ее молодых направлений медиадискуртологии и медиариторики, повышенным исследовательским вниманием к изучению медиатекстов, которые в современном мире можно рассматривать, с одной стороны, как феномен современной массовой культуры, а с другой, как одну из форм проявления национальной культуры.

Медиа тексты могут выступать как компактные модели культурного кодирования в процессе текстообразования. Среди языковых единиц, кодирующих в медиатекстах англоязычных изданий стран Восточной Азии родную культуру и историю, значимую роль играют этнические пословицы и поговорки [1, С. 233], [2, С. 4]. В корейских медиатекстах на английском языке этнические корейские паремии выступают в качестве *ретрансляторов национально-культурного кода*, передающих культурно-значимую информацию посредством английского языка.

Целью исследования является выявление процессов актуализации этнического паремиологического фонда в англоязычном корейском медиатексте.

Данной целью обусловлена постановка следующих задач:

- выявить систему образов этнических паремий, актуализированных в англоязычных корейских медиатекстах;
- определить области национальной аксиосферы как источники паремической образности и причины ее актуализации в англоязычных СМИ;
- выявить области медиарефлексии с насыщенным паремическим кодированием.

Материалы и методы исследования

В исследовании изучена совокупность медиатекстов, относящихся к основным общественным сферам жизни Южной Кореи. Материалом послужили англоязычные версии основных южнокорейских СМИ, таких, как: «The Korea Herald», «The Korea Times» «The Korea JoongAng Daily», «The Yonhap News Agency», «The Chosun Ilbo». Отбор фрагментов дискурса производился при помощи ключевых слов: Korean proverb, Korean saying в поисковой системе электронных версий изданий. На основании данной выборки было отобрано 90 медиатекстов с корейскими паремиями за период с 1998 по 2022 гг., количество неповторяющихся пословиц составило 81% (73 пословицы и поговорки).

Методологическая база представлена сочетанием двух основных подходов: лингвосомиотики культуры и дискуртологии. В качестве основных методов использовались дискурс-анализ и герменевтический анализ.

Основные результаты

Термин «медиатекст» получил широкое распространение в рамках интенсивно развивающихся направлений медиалингвистики и медиадискуртологии. Медиатекст интегрирует в единое коммуникативное целое как вербальные, так и невербальные коды. Современный медиатекст полифункционален [3]. Его основными функциями являются информативная, объясняющая, интерпретативная, функции персуазивности и перформативности. Выполняя эти функции, медиатексты захватывают человека, подчиняют его себе, «надиктовывают» ему правила социальных практик [4]. По Т.Г. Добросклонской, влияние медиатекстов на социально-политические процессы происходит прямо или опосредованно, в открытой или скрытой форме [3].

Мы согласны с тем, что медиатекст генерируется современной культурой, а культура современного человечества является медийной культурой [4].

С другой стороны, медиатекст является также речевым продуктом национальной культуры, кодирующим культурно-значимые смыслы. В частности это относится к многоязычным национальным средствам массовой информации, транслирующим национальную культуру в мировое коммуникативное пространство через разные языки. Медиатекст на неродном языке, на языке международной коммуникации информирует массовую аудиторию о событиях в стране и за рубежом, как правило, исходя из национальных интересов страны. Такие медиатексты содержат и национально-обусловленную интерпретацию событий и носят явный или скрытый персуазивный характер, являясь механизмом конструирования восприятия. Одним из неявных способов воздействия на иноязычную аудиторию является передача национальной позиции путем транслирования национальной культуры. Таким образом, важнейшим свойством и функцией медиатекстов мультиязычных национальных СМИ является кодирование и передача национальной культуры через другой язык – язык мирового значения [1], [2], [5], [6].

Исследование восточноазиатских англоязычных СМИ показало, что в медиатекстах Китая, Кореи, Японии на английском языке прагматически эффективно актуализируется культурная фоновая информация и прецедентные феномены национальной культуры [1], [2], [5], [6]. Издаваемые на английском языке еще с конца 19 века, корейские газеты, как пишет Ким Сеулки, должны были «дать иностранцам точное и объективное описание корейской действительности и избежать неправильного понимания Чосон с их стороны» [7] (Чосон – корейское государство с 1392 до 1897 года). Автор указывает, что корейские газеты с периода их зарождения сформировали «особенности корейской прессы – нацеленность на продвижение национальных интересов, критика соглашательской политики, сопротивление иностранному вмешательству» [7].

В языке современного англоязычного корейского медиатекста национальная культура отражается, например, посредством лексических единиц с национально-культурными семами, или переданными на английском языке корейскими паремиями, или корейскоязычными вкраплениями.

Так, одними из самых информативных языковых единиц в англоязычном корейском медиатексте, отражающим культуру и национальный характер, являются этнические пословицы и поговорки. Пословица как народное выражение дидактического содержания является обобщением многовековых наблюдений народа, его опыта, его ценностей. Цитирование восточной мудрости в англоязычном тексте усиливает его персуазивный характер [8], [9].

Степень изученности корейских паремий в современной лингвистике и ее междисциплинарных направлений невысока. В основном изучают корейские пословицы в прикладных контрастивных аспектах [10], [11], с точки зрения социолингвистического подхода [12] или переводоведения [13]. В рамках дискурсологии и медиадискурсологии корейские паремии практически не изучены.

Мы основываемся на положении, что корейские медиатексты (в том числе англоязычные) порождаются согласно традициям корейского речевого поведения [14]. Этикет корейской вежливости предполагает косвенную, иносказательную форму выражения мыслей, а потому в корейской культуре велика роль паремических аллегорий и аллюзий на пословичные образы.

В ходе исследования установлено, что медиатексты, в которых употребляются корейские этнические пословицы и поговорки, посвящены внутренним социальным и международным политическим проблемам.

Так, например, в газете *The Korea Times* в статье «Korea: shrimp or safety valve between US, China?» / Корея: креветка или предохранительный клапан между США и Китаем? автор статьи Ким Вон СУ пишет о новых политических вызовах для Южной Кореи со стороны Китая и США. Ким Вон СУ аллегорично использует в отношении соевей страны образ маленькой креветки, рискующей сломать хребет, отсылая к народной корейской пословице «when whales fight, it breaks the back of the shrimp» [15] / схватка китов ломает креветкам спину.

Эта пословица или ее пословичный образ часто приводится для описания международной ситуации вследствие опасений Южной Кореи по поводу стратегической конкуренции между США, Китаем, Россией и Японией. Тщательное наблюдение за поведением стран-соседей по региону актуализирует образ слабого пострадавшего из-за действий сильных мира сего. Через пословичный образ автор сообщает читателю свое видение отношений между государствами, конструируя восприятие причинно-следственных связей.

Другой пример использования пословицы в контексте международных проблем актуализирует проблему некомпетентности корейских политических лидеров в международном сообществе: «A general with a broken leg harangues only inside his castle. Inside Korea, our politicians arrogantly boss people around, but outside, they suddenly turn into hopelessly timid, incompetent men» [16]. / Генерал со сломанной ногой разглагольствует только внутри своего замка. Внутри страны корейские политики общаются с народом высокомерно, но за ее пределами вдруг превращаются в безнадежно робких, некомпетентных людей.

Пословица не только употребляется для образной характеристики корейских политиков и вообще корейских мужчин, но и создает образ страны, неловко стоящей между Китаем и США («Standing timidly and awkwardly between China and the United States»), как робкого игрока на международной арене.

Следует подчеркнуть, что значение данной пословицы, ее актуальность и рекуррентность указывают на осознание корейцами психологических черт национального характера, на критическое к нему отношение, на признание, что в международном сообществе такой стиль поведения ничего не дает стране, и на стремление изменить ситуацию.

Образ генерала со сломанной ногой использован для выражения, с одной стороны, негативной оценки робкого политика, который создает соответствующий имидж страны за рубежом. С другой сам образ, возможно, вселяет надежду, что так будет не всегда и эта ситуация поправима. Автор надеется, что политические лидеры Кореи смогут быть признанными в мире.

Исследование показало, что аллегорическая пословичная форма передачи острых политических проблем используется преимущественно в отношении своей страны, своих политиков на международной арене. Так проявляется свойственная культурам Востока проекция взгляда на самих себя со стороны «коллективного (англоязычного) Другого».

В отношении самих себя и своей страны корейцы используют многочисленные паремии. Например, следующая поговорка используется как предупреждение для Кореи, что другие могут воспользоваться трудом и достижениями страны в своих целях: «Korean proverb «You cooked tasty soup, and your dog ate it», means what we have accomplished could easily go down the drain. It could be an appropriate warning for South Korea» [16] / Корейская пословица «ты приготовил вкусный суп, и твоя собака его съела» означает: то, чего мы достигли, может легко пойти насмарку. Это могло бы стать подходящим предупреждением для Южной Кореи.

Учитывая результаты исследований группы авторов [1], [2], занимавшихся изучением китайских пословиц в англоязычном дискурсе КНР, можно заметить различие между цитированием пословиц в китайском и корейском англоязычном тексте. Авторы в частности приходят к выводу, что многочисленные китайские пословицы употребляются в отношении международных событий. Напротив, проведенное нами исследование корейских пословиц в англоязычном медиатексте показывает, что в отношении международных событий корейские пословицы используются крайне редко, основная часть найденных фрагментов с корейскими пословицами сфокусирована на внутренней корейской проблематике.

Вследствие сказанного, пословичные образы в корейских англоязычных текстах значительно больше актуализируются для представления внутренних социальных и экономических проблем. Например, в карикатурном тексте «Fry Beans Like Lightning!» корейского новостного сайта *The Chosun Ilbo* автор ссылается на корейскую пословицу «You should roast beans with lightning and eat them» / Вы должны молниеносно поджарить фасоль и съесть ее.

Фрагмент креолизованного газетного текста гласит: «Based on the Korean proverb that you should 'fry beans like lightening' (quickly) Kim Dae-jung is shown restructuring business and banks (beans in pans) quickly as the people ask if they can trust him» [17]. / Как в корейской пословице «вы должны жарить фасоль быстро, как молния» Ким Дэ Чжун на карикатуре быстро реструктуризирует бизнес и банки (фасоль на сковородках), в то время как народ спрашивает, можно ли доверять ему (президенту).

Пословица характеризует чрезмерно поспешные действия Президента Южной Кореи при решении внутренних проблем государства в острой ситуации, когда народ высказывает недовольство. Образ, формируемый пословицей, актуализирует одну из ключевых черт национального характера корейцев – нетерпимость и высмеивает в карикатурном медиатексте посредством пословичного образа неуместную поспешность и суетливость. Так аллегорично представлена оценка действия политика, разочаровавшего своих избирателей.

Некомпетентности корейских политических лидеров является злободневной темой и мишенью аллегорических пословичных аллюзий. Сон Вон Чже в издании *The Honkyoreh* пишет: «Yoon's first 100 days in office <...> can be aptly summed up by the Korean proverb, "Advertising a sheep's head but selling dog meat." Yoon can talk the talk, but he can't walk the walk» [18]. / Первые 100 дней пребывания Юна на посту можно точно охарактеризовать корейской пословицей: «Рекламируя овечью голову, продает собачье мясо». Юн может говорить и говорить, но не может делать дело.

Автор посредством пословичного образа выражает критическую оценку действиям нового президента страны.

По мнению Ким Сонгкона, журналиста газеты *The Korea Herald*, знакомясь с пословицами народа, можно представить черты его характера. Автор приводит примеры корейских пословиц для описания разнообразных проблем политической ситуации в Корее [16].

В ходе исследования выявлено, что корейские народные пословицы используются во всех типах медиатекстов. Тем не менее большая часть паремий была обнаружена в аналитических статьях на острые темы. Авторы представляют свои мысли в виде известных образов, тем самым пытаясь представить аудитории ясные и очевидные выводы. Несмотря на то, что пословицы подвергаются трансформациям в англоязычном тексте, они, тем не менее, не препятствуют восприятию, благодаря кодированию смыслов посредством узнаваемых образов.

Однако используются и уникальные корейские паремии, образы и смыслы которых требуют детального разъяснения. Интересно, что такие примеры находятся в текстах, содержащих высказывания Северокорейских политиков, которые пословичными образами характеризуют не себя, а Другого. Таким примером может послужить цитата из выступления министра иностранных дел Северной Кореи Ли Ен Хо относительно угроз Дональда Трампа «окончательно уничтожить» эту страну: «If he was thinking he could scare us with the sound of a dog barking, that's really a dog dream» [19] / Если он думал, что сможет напугать нас звуком собачьего лая, то это просто «собачий сон» (абсурд).

Дипломат использовал игру слов a dog barking / a dog dream для достижения прагматического эффекта – выражения сарказма и насмешки. Выражение «собачий сон» (безэквивалентный образ), в корейском языке обозначает абсурд и бессмыслицу. Таким образом показана резкая и едкая реакция Северной Кореи на агрессивную риторику американского лидера. Данный пример, транслируя код корейской культуры, выполняет эмоционально-оценочную функцию для отражения крайне негативной реакции говорящего в отношении поведения политика другой страны.

Заключение

Таким образом, корейские этнические паремии являются способом кодирования актуальных для современного корейского общества смыслов посредством непрямого транслирования традиционных культурных ценностей, национального менталитета и национального мировосприятия.

В корейских англоязычных медиатекстах аллегорический пословичный образ актуализируется преимущественно в отношении своей страны и своих политиков, проявляя проекцию оценки Себя глазами «коллективного (англоязычного) Другого». Это является важным отличием корейских англоязычных текстов от китайских, которые широко используют пословичные образы в отношении других стран.

Медиатекст посредством всех его компонентов, включая и традиционные паремии, является источником формирования и конструирования общественного сознания. Система образов корейских этнических паремий основана на особенностях полиморфного кода традиционной корейской культуры (хрономорфного, биоморфного, природно-ландшафтного, мифологического, социоморфного). При включении такого полиморфного культурного кода в

современный социальный и политический хронотоп возникает актуальное воспроизведение традиционной культуры как новое осмысление опыта многих поколений корейцев.

Корейские паремии могут рассматриваться в качестве национально-культурных маркеров англоязычного корейского медиатекста.

Выводы могут быть использованы в прикладной образовательной деятельности, в теории и практике межкультурной коммуникации, практике перевода, паремиографии.

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. Николаева О.В. Кросс-культурная паремиология: китайские пословицы и поговорки в англоязычных китайских СМИ. / О.В. Николаева, Шумэй Чэнь, М.Е. Панина // Сибирский филологический журнал. — 2017. — 3. — с. 233-247.
2. Nikolaeva O.V. Chinese Proverbs in Chinese Media in English: Intercultural Communication Perspective. / O.V. Nikolaeva, Shumei Chen, M.E. Panina // Journal of Intercultural Communication. — 2017. — 45. — p. 4.
3. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи / Т.Г. Добросклонская — М.: Едиториал УРСС, 2020. — 289 с.
4. Полонский А.В. Культурный статус медийного текста. / А.В. Полонский // Медиалингвистика. — 2016. — 1(11). — с. 7-18.
5. Кохан И.Н. Аксиологический компонент национальных паремий в англоязычных СМИ Китая. / И.Н. Кохан // Филология и культура. — 2018. — 4(54). — с. 63-69.
6. Кохан И.Н. Китайские пословицы как средство передачи национального менталитета в китайских СМИ на английском языке. / И.Н. Кохан // Международный научно-исследовательский журнал. — 2017. — 10-1 (64). — с. 80-83.
7. Ким Сеулки Зарождение и начальный этап формирования национальных медиа в Корее. / Сеулки Ким // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — 11 (1). — с. 173-189.
8. Яковлева Е.А. Интеграция китайских пословиц и поговорок в американское лингвокультурное пространство. / Е.А. Яковлева // Вестник Кемеровского государственного университета. — 2015. — 2-3 (62). — с. 212-216.
9. Яковлева Е.А. Прагматический потенциал китайских пословиц и поговорок в американском коммуникативном пространстве / Е.А. Яковлева // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. — 2017. — Т. 14. № 2. — с. 57-62.
10. Lee JungAe Comparative study of Korean and Arabic (Jordan) Proverbs for Korean Learners. / JungAe Lee // Dirasat, Human and Social Sciences. — 2020. — Vol. 47. No. 4. — p. 333-342.
11. Phuong NguyenHoang Vietnamese and South Korean Proverbs and Idioms of Social Relations in Comparisons / NguyenHoang Phuong, InWoong Jung, MiJi An et al. // South Asian Research Journal of Humanities and Social Sciences. — 2022. — 4(4). — p. 239-244.
12. Park Eun-ha Men and Women Described in Korean Proverbs / Eun-ha Park // The Sociolinguistic Journal of Korea. — 2009. — 17(2). — p. 87-114.
13. Чон Хенджу Исследование стратегии перевода корейской пословицы / Хенджу Чон // Корееведение в России: направление и развитие. — 2022. — Т. 3. № 1. — с. 94-101.
14. Чон Джин Нунчи как культурный феномен Кореи. / Джин Чон // Проблемы Дальнего Востока. — 2021. — 5. — с. 178-186.
15. Kim Won-soo Korea: Shrimp or Safety Valve between US, China? [Electronic source] / Won-soo Kim // The Korea Times. — 2022. — URL: https://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2022/09/113_335885.html. (accessed: 15.12.22)
16. Kim Seong-kon Proverbs That Reflect Indiscreet Attitude of Our Society [Electronic source] / Seong-kon Kim // The Korea Herald. — 2019. — URL: <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20190813000148>. (accessed: 10.02.23)
17. Fry Beans Like Lightning! [Electronic source] // Daily News from Korea: Tip of the Day. The Chosun Ilbo (English Edition). — 1998. — URL: http://english.chosun.com/site/data/html_dir/1998/05/11/1998051161344.html. (accessed: 10.02.23)
18. Son Won-je Yoon's First 100 Days Should Open Our Eyes to Pitfalls of Presidential System [Electronic source] / Won-je Son // The Hankoyreh. — 2022. — URL: https://english.hani.co.kr/arti/english_edition/english_editorials/1056038.html. (accessed: 10.02.23)
19. N. Korea Says Trump Threat Is 'Sound of Dog Barking' [Electronic source] // The Korea Times. — 2017. — URL: http://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2017/09/103_236805.html. (accessed: 10.02.23)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Nikolaeva O.V. Cross-cultural paremiology: Chinese proverbs and sayings in English-speaking Chinese media. / O.V. Nikolaeva, Shumei Chen

- Che'n', M.E. Panina // *Sibirskij filologičeskij zhurnal* [Siberian Philological Journal]. — 2017. — 3. — p. 233-247. [in Russian]
2. Nikolaeva O.V. Chinese Proverbs in Chinese Media in English: Intercultural Communication Perspective. / O.V. Nikolaeva, Shumei Chen, M.E. Panina // *Journal of Intercultural Communication*. — 2017. — 45. — p. 4.
3. Dobrosklonskaya T.G. Voprosy' izučeniya mediatekstv. Opyt issledovaniya sovremennoj anglijskoj mediareči [Questions of Studying Media Texts. Research Experience of Modern English Media Language] / T.G. Dobrosklonskaya — M.: Editorial URSS, 2020. — 289 p. [in Russian]
4. Polonskij A.V. Kul'turnyj status mediynogo teksta [The Cultural Status of the Media Text]. / A.V. Polonskij // *Medialingvistika* [Medialinguistics]. — 2016. — 1(11). — p. 7-18. [in Russian]
5. Koxan I.N. Aksiologičeskij komponent nacional'nyx paremij v angloyazy'chny'x SMI Kitaya [The Axiological Component of National Paremas in the English-language Media of China]. / I.N. Koxan // *Filologiya i kul'tura* [Philology and Culture]. — 2018. — 4(54). — p. 63-69. [in Russian]
6. Koxan I.N. Kitajskie poslovice' kak sredstvo peredachi nacional'nogo mentaliteta v kitajskix SMI na anglijskomazy'ke [Chinese Proverbs as a Means of Conveying the National Mentality in Chinese Media in English]. / I.N. Koxan // *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal* [International Research Journal]. — 2017. — 10-1 (64). — p. 80-83. [in Russian]
7. Kim Seulki Zarozhdenie i nachal'nyj e'tap formirovaniya nacional'nyx media v Koree [The Origin and Initial Stage of the Formation of National Media in Korea]. / Seulki Kim // *Voprosy' teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of Theory and Practice of Journalism]. — 2022. — 11 (1). — p. 173-189. [in Russian]
8. Yakovleva E.A. Integraciya kitajskix poslovice' i pogovorok v amerikanskoe lingvokul'turnoe prostranstvo [Integration of Chinese Proverbs and Sayings into the American Linguistic and Cultural Space]. / E.A. Yakovleva // *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Kemerovo State University]. — 2015. — 2-3 (62). — p. 212-216. [in Russian]
9. Yakovleva Ye.A. Pragmatičeskii potentsial kitajskix poslovice' i pogovorok v amerikanskom kommunikativnom prostranstve [The Pragmatic Potential of Chinese Proverbs and Sayings in the American Communicative Space] / Ye.A. Yakovleva // *Vestnik Južno-Uralskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika* [Bulletin of the South Ural State University]. — 2017. — Vol. 14. № 2. — p. 57-62. [in Russian]
10. Lee JungAe Comparative study of Korean and Arabic (Jordan) Proverbs for Korean Learners. / JungAe Lee // *Dirasat, Human and Social Sciences*. — 2020. — Vol. 47. No. 4. — p. 333-342.
11. Phuong NguyenHoang Vietnamese and South Korean Proverbs and Idioms of Social Relations in Comparisons / NguyenHoang Phuong, InWoong Jung, MiJi An et al. // *South Asian Research Journal of Humanities and Social Sciences*. — 2022. — 4(4). — p. 239-244.
12. Park Eun-ha Men and Women Described in Korean Proverbs / Eun-ha Park // *The Sociolinguistic Journal of Korea*. — 2009. — 17(2). — p. 87-114.
13. Chon Khendzhu Issledovanie strategii perevoda koreiskoi poslovice' [A Study of the Translation Strategy of the Korean Proverb] / Khendzhu Chon // *Koreevedenie v Rossii: napravlenie i razvitie* [Korean Studies in Russia: Direction and Development]. — 2022. — Vol. 3. № 1. — p. 94-101. [in Russian]
14. Chon Dzhiin Nunchxi kak kul'turnyj fenomen Korei [Nunchi as a Cultural Phenomenon of Korea]. / Dzhiin Chon // *Problemy' Dal'nego Vostoka* [Problems of the Far East]. — 2021. — 5. — p. 178-186. [in Russian]
15. Kim Won-soo Korea: Shrimp or Safety Valve between US, China? [Electronic source] / Won-soo Kim // *The Korea Times*. — 2022. — URL: https://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2022/09/113_335885.html. (accessed: 15.12.22)
16. Kim Seong-kon Proverbs That Reflect Indiscreet Attitude of Our Society [Electronic source] / Seong-kon Kim // *The Korea Herald*. — 2019. — URL: <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20190813000148>. (accessed: 10.02.23)
17. Fry Beans Like Lightening! [Electronic source] // *Daily News from Korea: Tip of the Day. The Chosun Ilbo (English Edition)*. — 1998. — URL: http://english.chosun.com/site/data/html_dir/1998/05/11/1998051161344.html. (accessed: 10.02.23)
18. Son Won-je Yoon's First 100 Days Should Open Our Eyes to Pitfalls of Presidential System [Electronic source] / Won-je Son // *The Hankyoreh*. — 2022. — URL: https://english.hani.co.kr/arti/english_edition/english_editorials/1056038.html. (accessed: 10.02.23)
19. N. Korea Says Trump Threat Is 'Sound of Dog Barking' [Electronic source] // *The Korea Times*. — 2017. — URL: http://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2017/09/103_236805.html. (accessed: 10.02.23)