

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

УДК 81

doi: 10.26907/2541-7738.2024.5.112-128

ТРАНСДИСКУРСИВНОСТЬ КИТАЙСКОГО ФОЛЬКЛОРА

Н.И. Немкина

*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,
г. Москва, 119234, Россия*

Аннотация

В настоящей статье понятие трансдискурсивности раскрывается как результат взаимодействия традиционного фольклорного дискурса и дискурса массовой культуры. Фольклор с позиции трансдискурсивности описывается в терминах фольклоризации, фольклоризма и мифологизма. Отмечается, что исследование трансдискурсивного перехода на материале китайских фольклорных произведений является актуальным, поскольку позволяет с помощью метода контекстуального анализа найти причины подобного перехода, понять процесс взаимодействия дискурсов и спрогнозировать основные тенденции развития китайского фольклора. Одним из факторов трансдискурсивного перехода является функционирование фольклорного дискурса в условиях современного общества потребления. Приведены основные формы существования фольклора в результате трансдискурсивного перехода, к которым относятся способы представления фольклорных сюжетов в видеоиграх, мультфильмах, спектаклях и др. Сделан вывод о том, что китайский фольклор, функционируя в современной дискурсивной среде, вбирает в себя новые черты, что меняет восприятие традиционных образов в сознании реципиента.

Ключевые слова: трансдискурсивность, китайский фольклор, фольклоризация, фольклоризм, мифологизм, дискурс, фольклорный образ

Результатом критического осмысления теории диалогичности М.М. Бахтина стала разработка феномена *интертекстуальности*. Согласно «Большой российской энциклопедии», «интертекстуальность в литературоведении обозначает соотносительность литературного текста с другими текстами» (БРЭ). Сам термин был введен Ю. Кристевой после ее знакомства с идеей диалогичности у М.М. Бахтина и сейчас представляет собой понятие, на котором строятся многие исследования дискурса. По мнению Р. Барта, «трактуя культуру как переплетение текстов и тем самым как единый “интертекст”, представители этих направлений видели в интертекстуальности обязательное свойство всякого текста, который, по их мнению, всегда содержит сознательные и/или бессознательные отсылки к другим текстам и представляет собой “новую ткань, сотканную из старых цитат”» (БРЭ). Подобное понимание текста сводится к совокупности всех возможных форм взаимоотношений между текстами, что приводит к другому термину – *трансдискурсивность*.

Мифы, сказки, легенды, песни, пословицы, а также само мифологическое сознание подвержены изменениям. Если, например, миф не развивается, то

он «закостеневаает и остается лишь отсылкой или цитатой» [1, с. 155]. Развитие мифа может осуществляться не только в плане изменения его содержания и расширения концептосферы образов, но и за счет «перекладывания» некоторых черт мифотворчества в сферу социального взаимодействия. С введением в теорию фольклористики терминов *постфольклор* и *интернетлор*, предложенных С.Ю. Неклюдовым, изменилась сама концепция фольклора. По мнению ученого, новые традиции порождают свои собственные тексты, которые распространяются как в устной, так и в письменной форме, тесно взаимодействуя друг с другом. Такие тексты связаны с массовой культурой, воспроизводящей разные свойства традиционного фольклора, среди которых С.Ю. Неклюдов выделяет следующие: «социально-адаптационное значение произведений, их преимущественная анонимность, господство стереотипа в их поэтике, вторичность сюжетных мотивировок в повествовательных текстах и т. д.» [2, с. 3].

Американские ученые Майкл Фостер и Джеффри Толберт для описания фольклора в новой массовой культуре вводят понятие *folkloresque*, обозначающее ‘подобие фольклору; то, что похоже на фольклор’ [3]. Рассмотрение фольклора в таком ключе является неким импульсом для осознания взаимодействия между традиционной и массовой культурой, их взаимного влияния. Под упомянутым термином подразумевается как некий продукт рынка, удовлетворяющий запросам потребителя и заключающий в себе фольклорную ценность, так и то, что называется фольклором в его традиционном понимании. Следовательно, можно предположить, что в первом случае *folkloresque* включает в себя все продукты, созданные киноиндустрией и индустрией компьютерных игр, связанные с определенными элементами фольклора (сюжетом, образами, концепцией и т. д.); во втором случае рассматриваемый термин имеет более абстрактное значение и соотносится с такими характеристиками фольклора, как коллективность, анонимность или отсутствие авторства и изменчивость. И в том, и в другом случае *folkloresque* характеризуется высокой степенью адаптивности к запросам пользователей.

В связи с вышеизложенным целесообразно введение другого термина, описывающего сам процесс посредничества между традиционной культурой и массовой культурой потребителя, – *фольклоризация (folklorization)*. Этот термин, введенный Америко Парадесом, описывает способ адаптации фольклора к общим моделям коммуникации, существующим в обществе [4, р. 172]. Джон Макдауэлл объясняет приведенное понятие, используя его глагольную форму – *to folklorize*, и дает ему следующее определение: “In its most common acception today, “to folklorize” means to remove traditional expressive culture from an original point of production and relocate it in a distanced setting of consumption” («В наиболее распространенном сегодня понимании “подвергнуться процессу фольклоризации” означает переместить традиционную культурную специфику из привычных для фольклорного сознания категорий в новые условия потребления»¹) [5, р. 182]. Ключевое слово *consumption* подчеркивает переход форм и черт фольклора в новое языковое пространство, в котором фольклорный дискурс, бытуя в обще-

¹ Перевод наш. – Н. Н.

стве потребления, вбирает в себя новые черты, обусловленные спецификой этого общества. Подобный трансдискурсивный переход предусматривает применение широкого круга инструментов для преобразования традиционного фольклора в современной культуре.

Иными словами, подобное уподобление фольклору представляет собой уже не просто процесс (*folklorization*), а реализуемую человеком деятельность. Для обозначения такого явления используют понятие *фольклоризм (folklorism)*, предложенный в XIX в. П. Себийо (ЛЭС). М.К. Азадовский вводит термин *художественный фольклоризм*, описывая его как отражение фольклора в художественной литературе XVIII в. [6, с. 90]. Следовательно, факт существования фольклоризма как явления имел место задолго до появления современных медиа, однако наиболее заметными его проявления стали именно в информационную эпоху.

В Китае названный феномен наиболее четко представлен в мифологии, поэтому профессором Пекинского педагогического университета Ян Лихуэй (杨利慧) был предложен термин *мифологизм (神话主义)* как результат использования и адаптации мифов в современной культурной индустрии и электронных медиа [7]. Подобный переход мифов и мифологических образов в новое дискурсивное пространство в полной мере может быть описан термином *трансдискурсивность* и выражаться различными семиотическими приемами: например, с помощью таких популярных среди людей разного возраста стриминговых сервисов и платформ для создания и просмотра коротких видео, как *快手 (Kuaishou – приложение для размещения коротких видео и лайфстриминга)*, *抖音 (TikTok – сервис для создания и просмотра коротких видео)*, *小红书 (Xiaohongshu – лайфстайл-платформа для молодежи с визуальной лентой)*. По мнению Ян Лихуэй, интернет выступает исследовательской средой, посредством которой собирается мифологический текст и изучается взаимодействие людей в виртуальном пространстве с использованием мифологического материала.

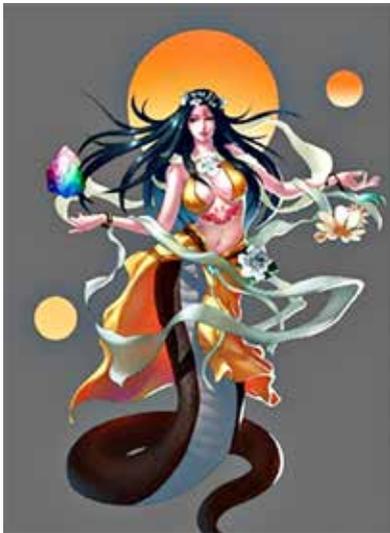
Целью настоящего исследования является описание явления трансдискурсивности на примере развития китайских фольклорных сюжетов и образов, а также определение степени влияния данного феномена на восприятие образов фольклорных произведений реципиентом. Исследование китайского фольклора с позиции трансдискурсивности проведено впервые, что свидетельствует о его научной новизне. В работе были осуществлены следующие задачи: 1) представлен анализ имеющихся изысканий в области фольклористики на ее современном этапе развития; 2) приведены примеры современных произведений, в которых используются традиционные фольклорные образы; 3) выявлена причина адаптации сюжетов и образов китайских фольклорных произведений; 4) показаны различные семиотические формы и способы представления китайских фольклорных образов.

Тенденция обращения к фольклорным героям в рамках современного дискурса набирает все большую популярность. К социальным и культурно-историческим предпосылкам указанного явления можно отнести стремление развивать культуру исходя из запросов современного общества, живущего в мультимодальной языковой среде. Так, первая китайская мобильная игра от Tencent под назва-

нием “King of Glory” (《王者荣耀》) завоевала популярность не только внутри страны. В ней можно встретить таких героев китайских мифов, как Паньгу, Нюйва, Нэчжа, Хоу И и Чан Э. Герой видеоигры Паньгу – воин, держащий топор. Его виртуальная роль соответствует мифическому сюжету (сотворение мира, возрождение всего сущего). Образы лучника Хоу И и Чан Э также не подверглись значительной модификации: Хоу И сражается с помощью своего волшебного лука, а Чан Э все так же прекрасна и ее действия в игре сопровождаются ее главными атрибутами – зайцем и луной. Кроме того, в игре, как и в легенде, Чан Э и Хоу И являются супружеской парой.

Однако другой персонаж, Нюйва, несмотря на то что в видеоигре она имеет способности к созиданию и защите, подверглась практически полной модификации как в плане внешнего облика, так и внутренне. Во-первых, классический образ Нюйвы – полуженщина-полузмея, ее обычно изображают с человеческой головой и змеиным телом; однако в мобильной игре она представлена в человеческом облике. Во-вторых, в Китае Нюйва считается божеством, подарившим жизнь, она возведена в культ матери-прародительницы; в видеоигре же это маг, нападающий на других и использующий божественные способности для уничтожения. По мнению некоторых пользователей видеоигры, такое искажение классических черт и роли героя может извратить представления людей о священных образах китайской мифологии.

а)



б)



Рис.1. а) Нюйва с телом змеи; б) Нюйва в человеческом облике в видеоигре “King of Glory”

Выступая в качестве особой коммуникативной среды, видеоигры способны трансформации образов в зависимости от контекста задуманного сюжета, а также от возможностей персонажей, определяющих силу и роль последних в исходе игры: «Модификации специальных значений связаны не только с изменением концептуального объема термина... но и со способом конструирования

значения в тексте» [8, с. 102]. Следовательно, за счет новых концептуальных характеристик, обусловленных сюжетом видеоигры, объем концепта увеличивается, приобретая новые аспекты содержания.

Следует отметить, что в упомянутой видеоигре, помимо традиционных китайских персонажей Паньгу, Чан Э, Хоу И и Нэжи, встречаются герои древнегреческой мифологии, например богиня мудрости Афина. Подобное смешение персонажей не только разных китайских мифов, но и героев разных мифологий говорит о высокой степени интертекстуальности, что может во многом усложнять восприятие образов пользователем. Один из игроков, Лу Цютун, комментируя трансформацию образа Нюйвы в игре, отметил, что, проанализировав все способности, внешние характеристики и функцию героя в игре, он воспринял Нюйву как богиню древнегреческой мифологии Афину, что говорит о столкновении двух различных концептосфер из-за ошибочной интерпретации образа Нюйвы в игре.

Еще один активный участник игры, Дэн Ипэн, отмечал: «Мне не нравится, что в “King of Glory” нет практической ценности. Такие мифические персонажи, как Паньгу, Чан Э, Хоу И, Нэжа, Афина и др. использованы в игре с позиции их героической роли, однако построение мировоззрения очень хаотично. Иными словами, степень подобного представления ограничивается лишь знакомством с именем игрового персонажа, пониманием того, что “он имеет определенную культурную основу”, это не вызывает интереса у большинства игроков и не способствует созданию конкретного образа... У меня создается ощущение хаотичности и бессвязности»² (энц. «Байду»).

Другой пользователь игры по имени Янь Сяочжэнь считает: «Популяризация мифологического знания в данной игре носит очень ограниченный характер. “King of Glory” может сформировать образ в сознании игрока лишь благодаря опоре на внешние характеристики игрового персонажа, однако игра не способствует распространению духовных ценностей и более глубоких смыслов, заключенных в реальных мифах» (энц. «Байду»). Таким образом, из комментариев игроков можно сделать вывод, что трансдискурсивность, выраженная через интертекстуальность, а также значительную адаптацию традиционных образов мифологических героев, может накладывать отпечаток на восприятие образа в сознании реципиента.

Однако надо отметить, что создатели игры преследуют иные цели, в частности коммерческие. Бесспорно, апеллирование к ранее созданным вербальным текстам позволяет авторам мобильной игры вписать свое электронное произведение в контекст китайской культуры, тем самым привлекая больше пользователей, но большинство игроков в процессе игры вряд ли задумывается о неверном истолковании образов героев древних мифов, для них первостепенной задачей является выполнение задания и переход на следующий уровень. Таким образом, в процессе виртуальной игры происходит «скрытое от наблюдения формирование структур знания» [8, с. 101], которое усиливается мультимодальностью, так как пользователю больше не нужно с помощью воображения представлять

² Перевод с китайского здесь и далее наш. – Н. Н.

образ, описываемый вербальными средствами, внешний облик героя уже создан графически и представлен на экране телефона. По мнению Л.А. Манерко, «мультимедийные средства дополняют коммуникацию, выраженную языковыми средствами, заставляя авторов быть более изобретательными, привлекая внимание слушателей и задействуя зрительный и слуховой каналы восприятия информации» [9, с. 726].

Аналогичные цели преследуют создатели фильмов и мультфильмов с участием героев фольклорных произведений. Одним из самых востребованных в плане экранизации мифических сюжетов является «Легенда о белой змейке», кинокартины на ее основе не только популярны в Китае, но и вызывают большой интерес у зрителей за рубежом. В качестве примеров для анализа были отобраны два наиболее известных из современных китайских мультфильмов: «水满金山» («Наводнение в храме Цзиньшань») 2012 г. и «白蛇: 缘起» («Белая змея: начало»), выпущенный в 2019 г. совместно с американской киноиндустрией.

Первый мультфильм состоит из 52 серий и включает такие основные сюжетные линии, как праздник драконьих лодок, кража волшебной травы с горы Куньлунышань и наводнение в Цзиньшане. Именно сюжетная кульминация – наводнение в храме Цзиньшань – послужила названием для данной анимационной ленты. Следует отметить, что большое количество сцен было «срисовано» с реальных мест событий легенды (Чжэньцзян, провинция Цзянсу).

Помимо основных персонажей легенды – Бай Сучжэнь, или Белой змеи, Сяоцин, Фахая и Сюй Сяня – в мультфильме представлены новые действующие лица: антагонист водяная змея с лягушачьим лицом (哇面水蛇), Бодхисаттва Гуаньинь (观音菩萨) и царь драконов и повелитель вод Лун Ван (龙王). Добавление нового антагониста сделано с целью наполнения сюжета противоречиями бинарных оппозиций, когда сталкиваются любовь и ненависть, добро и зло, справедливость и пристрастность, то есть то, что соответствует образу мышления большинства молодых людей, воспринимающих все в черно-белых тонах, а значит, входящих в целевую аудиторию.

Еще одной отличительной особенностью сюжета мультфильма, по сравнению с фабулой легенды, служит смещение акцента с роли Бай Сучжэнь на роль Сяоцин, что также способствует развитию сюжета в несколько иной парадигме, в которой описывается путь ее взросления от безрассудной импульсивности к сдержанной мудрости и пониманию того, что такое настоящая любовь. Именно упомянутый персонаж вообрал в себя множество человеческих качеств, которые делают его близким сердцу каждого зрителя.

Герои другого анимационного фильма, снятого в 2019 г., так же подверглись определенным адаптациям, тем не менее, по мнению критиков, в данной картине воплощены черты китайской культуры: «Как отечественный анимационный фильм, рассказывающий историю Востока, “Белая змея: Начало” визуально представляет зрителям красивое и трогательное восточное пиршество. Живопись тушью, катание на лодках, пейзаж, пагода, зонтик, шпилька для волос, лацкан и манера движения персонажей – все это представлено в китайском стиле» (Комментарий «Вечерних новостей Яньчжао») (энц. «Байду»). Подобное «китайское мультимодальное представление» позволяет оценить упомянутую картину как

произведение преимущественно китайской культуры, однако, по мнению одного из российских обозревателей, «мультфильм явно заразился “диснеевостью” с обязательным комичным животным-компаньоном и карикатурными злодеями» (Дзен), что объясняется совместной работой китайской и американской кинокомпаний.

Российские зрители, знакомые с китайской культурой, так комментируют перевод имен персонажей с китайского: «Главную героиню зовут Бланка в русском переводе. Постоянно хочется спросить, где же Губерт...», «Главный герой тоже интересно общается... “Мы оба фрики”. Да, как-то так в конце династии Тан и говорили, фрики» (Дзен). Очевидно, что чрезмерная адаптация произведения может вызвать негативную оценку зрителей даже за пределами Китая. Кроме того, сюжет картины далеко отошел от фабулы в легенде, некоторые зрители оценивают мультфильм как «не совсем детскую драму, в которой найдется место и жестокости, и даже любовной сцене» (Дзен). Жестокость главным образом присуща Белой змее, которая, будучи на перепутье, получает огромную силу, убивает воинов и уничтожает город Юньчжоу. Новый признак героини получает особый акцент благодаря мультимодальности за счет представления Бай Сучжэнь в образе огромного питона.

Таким образом, китайский мультфильм, выпущенный совместно с американской киностудией, хотя и воплощает многие черты китайской культуры, отличается примитивным сюжетом, добавлением выдуманных животных-компаньонов и карикатурных злодеев, а также чрезмерной адаптацией главных героев. «Дискурс оказывается связанным с актуализацией разных типов статического и динамического знания в коммуникативном событии в зависимости от социокультурного контекста, интертекстуального взаимодействия и явления мультимодальности» [10, с. 88]; открытость системы цифрового общения, а также процессы глобализации, направленные на всеобщую интеграцию, приводят к чрезмерной адаптации фольклорных произведений, связывающих в едином контексте китайские национально-культурные образы и принципы создания мультфильмов по лекалам “Disney”.

Культура древнего Китая воплощается также в жанре традиционных комических представлений с преобладанием разговорных форм Сяншен (相声), характеризующихся изобилием каламбуров и аллюзий. В одном из юмористических шоу Сяншен была представлена миниатюра «Муланы вступает в армию». В ее основу положена китайская история о Хуа Мулань – отважной девушке, переодетой в мужскую одежду. Образ Мулань считается в китайской культуре символом женской силы и патриотизма, однако в миниатюре, представленной в 2015 г., показан трансформированный образ девушки. Подобный трансдискурсивный переход выражен «переворачиванием» известного образа героини ввиду специфики юмористического шоу, в котором главной целью является создание комического эффекта.

В начале представления мы видим в роли Мулань комикессу Цзя Лин, одетую в традиционный китайский наряд и грызущую на сцене ножку жареной курицы. Ее перевоплощение в образ прожорливой простушки удивляет зрителей с первых секунд представления. Далее, согласно разворачивающемуся на сцене сюжету,

зрители сталкиваются с иным, неклассическим развитием событий: Мулань идет на службу не по своей воле, а в результате обмана ее отца, сообщившего рекрутеру о том, что у него есть сын. Несмотря на то что за службу Мулань назначают адъютантом генерала, происходит это не благодаря ее храбрости и подвигам, а в результате случайностей, интересным образом обыгранных в миниатюре.

Комический эффект в юмористическом дискурсе может быть достигнут за счет трансформаций на всех языковых уровнях. На лексическом уровне подобный эффект является результатом использования многозначных слов, омонимов, фразеологических единиц, метафор, на синтаксическом – употребления алогизмов, изменения порядка слов, использования служебных слов и т. д. Кроме того, комический эффект может достигаться за счет нарушения языковых норм. В современном дискурсе обозначенное явление прослеживается как на уровне форм слов, так и на синтаксическом, «феномен намеренного искажения слов распространился в Интернет-дискурсе довольно быстро и сейчас повсеместно используется авторами новостных и образовательных каналов». Употребление «неконвенциональных языковых средств активизируют творческую активность, а разрушение алгоритмизированных моделей интерпретации придает эффект комичности» [11, с. 255]. Исходя из приведенного примера адаптации образа Мулань в современном юмористическом шоу, можно предположить, что подобный феномен существует и на концептуальном уровне, поскольку зрители, знакомые с образом храброй девушки, несомненно столкнутся с полной противоположностью базовых признаков образа.

Неудивительно, что подобная трансформация традиционного образа получила спорные оценки зрителей, однако цель шоу не заключалась в пересказе всем известной легенды. За основу миниатюры была взята история о Мулань, которую обыграли таким образом, чтобы зрители смогли насладиться юмористическим подтекстом с главным фокусом на переворачивании образа «с ног на голову». Именно так телепередачу описывает один из зрителей: «Комикесса Цзя Лин снялась в скетч-комедии “Мулань вступает в армию” в программе спутникового телевидения в июне 2015 г. В этой программе Цзя Лин была в образе Хуа Мулань и сыграла ее как жадную, не почитающую родителей, ленивую и трусливую девушку. Такая адаптация подорвала представление о традиционном образе героини Хуа Мулань, что вызвало широкую полемику. И хотя есть те, кто считает, что такое изображение искажает образ героя, другие называют это новой формой представления хорошо известной традиционной истории, воплощающей ценности развлекательной сферы» (энц. «Байду»).

Следует отметить, что в упомянутой миниатюре представлен момент взорвания главной героини, что объединяет образ Мулань с образом Сяо Цин из адаптации легенды о Белой змее 《水满金山》 («Наводнение в храме Цзиньшань»). Новая деталь сюжета может быть объяснена стремлением приблизиться к предпочтениям современного зрителя, живущего в обществе, где важной частью общего дискурса выступает мотивационный дискурс, обусловленный побуждением людей к саморазвитию.

Кроме фильмов/мультфильмов, телепередач, игр и новых платформ общения в интернете, мифы и мифологические образы ярко представлены как объекты

культурно-познавательного туризма. Так, для привлечения туристов специально создают тематические парки с использованием сюжетов из китайских легенд, мифов и сказок. Например, в развлекательном парке г. Нинсян провинции Хунань можно поучаствовать в различных развлекательных программах и отправиться в фантастическое путешествие вместе с такими образами китайской мифологии, как Нюйва, Куафу, Мэн Цзяннун и т. д. В крупнейшем театре исполнительских искусств в парке, посвященном народным классическим историям о любви, проходит захватывающее представление «Мэн Цзяннун плачет у Великой китайской стены».



Рис. 2. Представление «Мэн Цзяннун плачет у Великой китайской стены»

Благодаря технологическим инновациям и изысканному оформлению тематические парки интерпретируют глубокий культурный подтекст китайской истории с использованием прожекторного освещения.

В тематическом парке г. Мяньян провинции Сычуань можно посетить несколько тематических зон с уникальными аттракционами. Фестивальная площадка состоит из 11 зданий в этническом стиле, включая павильоны, башни, небольшие мостики и водопады – все это отражает глубину и очарование традиционной китайской культуры. Кроме того, красота и мистика древних мифов воплотилась в аттракционе, созданном по мотивам китайского мифа «Нэчжа покоряет морского дракона» (《哪吒闹海》): посетители могут отправиться на специально сконструированном ковчеге вслед за Нэчжой во дворец дракона в Восточно-Китайском море, окунуться в удивительный мир реалистичной морской жизни с великолепными подводными дворцами. Не менее содержательный аттракцион, созданный по сюжету китайского мифа «Нюйва восстанавливает небо» (《女娲补天》), позволит отправиться на ковчеге вслед за Нюйвой в увлекательное путешествие, в котором посетители смогут встретиться с мифическим богом огня Чжужуном и божеством водных стихий Гунгуном, попасть в логово чудовища, собрать разноцветные камни, взобраться на гору Бучжоушань и стать свидетелями процесса восстановления неба Нюйвой.

а)



б)



Рис. 3. а) аттракцион «Нэчжа покоряет морского дракона»; б) аттракцион «Нюйва восстанавливает небо»

Парки, подобные описанным выше, позволяют не только ближе познакомиться с образами фольклорных произведений, но и насладиться красочным оформлением и интерактивным зрелищем.

Вторичный текст может находить отражение в различных видах и формах творческого проявления. Кроме уже перечисленных платформ и площадок, еще одной формой такого рода деятельности служат фестивали косплея, где фанаты компьютерных игр, кинематографа, литературы, комиксов и т. д. перевоплощаются в образы любимых героев. Степень вхождения в роль персонажа зависит от самого участника, иногда она ограничивается лишь переодеванием в костюм, но часто бывает и так, что фанат передает характер героя, копирует пластику тела и даже мимику выбранного персонажа, что имеет некоторую связь с исторической реконструкцией.

В отличие от мультфильмов и игр, в которых мифические герои занимают ключевое место и которые создаются на основе сюжета исходного текста бытования образа, в тех формах существования фольклорного дискурса, где люди

могут ассоциировать себя с определенным персонажем и наряжаться в соответствии с его образом, герои фольклорных произведений являются лишь частью общего креативного пространства и создаются отдельно взятой личностью, а не группой людей. Безусловно, адаптации в такой форме характеризуются свободой выражения, а сложность изучения мотивов их создателей объясняется когнитивно-психологическими особенностями отдельного человека.

Как уже было отмечено ранее, подобные трансдискурсивные переходы наблюдаются не только в новом медиапространстве. Следует обратить внимание на связь устной литературной традиции с письменной и оценить влияние последней на концептуальное расширение фольклорных образов. После появления письменности фольклор обрел новую форму своего существования, а с распространением электронных носителей информации бытование фольклорного текста приобрело совершенно иные конфигурации. По мнению С.Ю. Неклюдова, парадоксальным образом тексты сети Интернет в определенном смысле более «фольклороподобны», нежели тексты книжные, поскольку они более пластичны (ПостНаука). Устная традиция может сохранять текст, только периодически воспроизводя его, письменная же «оторвала» текст от человека и от непосредственной коммуникации, от дискурса. В письменной традиции текст может быть обращен в будущее, не востребован на протяжении длительного времени, в устной – он должен быть актуален и нужен аудитории. Следовательно, фольклор существует в трех формах – устной, письменной и электронной, взаимодействие которых и обеспечивает его трансдискурсивное развитие.

В Китае влияние письменной традиции на устную прослеживается на примере одного из четырех великих китайских произведений – «Путешествия на Запад» (《西游记》, XVI в.), которое берет начало в фольклоре. В процессе прохождения эволюционного пути от легенды и оперы до рассказа главный образ произведения – Царь обезьян Сунь Укун (孙悟空) – изменялся по мере развития письменного текста. Этот образ имеет множество различных современных интерпретаций, будучи представленным в фильмах, мультфильмах и играх, и является ярким примером китайского фольклорного образа, несмотря на то что корни его уходят в индийскую культуру. Таким образом, трансдискурсивный переход упомянутого фольклорного произведения характеризовался двумя этапами: между устным текстом и мультимодальным имелась промежуточная стадия его развития – письменный текст.

Другим примером развития фольклорного произведения в письменной литературной традиции является легенда о Мэн Цзянньюй. Китайский писатель-прозаик Су Тун написал рассказ «Бину» (《碧奴》), в основе сюжета которого лежит традиционная история доброй и самоотверженной девушки Мэн Цзянньюй, плачущей у Великой китайской стены. Чтобы достоверно воплотить ее образ в своем произведении, автор посетил Великую китайскую стену и храм-музей святой Мэн Цзян, а также тщательно изучил исследовательские работы китайского историка Гу Цзегана. Несмотря на особенности идиостиля писателя и принадлежность к современной литературе, в рассказе прослеживается романтическая идея, присущая оригинальному содержанию сказки.

«Дискурс имеет значение для изучения когнитивного конструирования мира потому, что он строится из различных единиц номинации и основывается на раз-

личных способах описания одного и того же предмета или ситуации» [12, с. 26]. Возможность описания предмета с разных сторон способствует непрерывности дискурса и его трансдискурсивному выражению. Когда образ героя развивается в рассказах, мультфильмах, представлениях и различных творческих проявлениях, он не передается забвению, а продолжает жить в других дискурсивных условиях. Именно этот факт определяет жизнеспособность фольклора и его образов, что объясняется неподдельным интересом к подобного рода тематике и ее развитию.

Кроме того, возрождение интереса к культурному наследию народа остро ставит вопрос о национально-культурной идентичности. По выражению Л.А. Манерко, «следует отличать два типа идентичности – первый состоит в идентификации людей как личности, второе понимание связано с идентификацией людей как единого целого на основе территории и границ государства, людей, которые населяют эту территорию (государство) и говорят на том или ином языке. Второй тип идентичности связан с такими понятиями, как “самоопределение” или “национальное самоопределение”» [13, с. 37].

Фольклор существует в рамках социальных групп; городской фольклор развивается преимущественно в границах субкультур, фольклор сети Интернет выделяют в рамках групп по интересам. Подобная социальная направленность позволяет утверждать, что современный фольклор выполняет функцию социальной идентичности и, несмотря на существующие отличия от традиционного фольклора, «сохраняет общность ядерных черт и выполняемых функций» [14, с. 51]. Анализ таких базовых черт социальной и национальной идентичности позволяет подчеркнуть самобытность тех или иных культурных феноменов. По мнению профессора Пекинского педагогического университета Ян Лихуэй, говоря о драконе в контексте китайской культуры, разумнее при переводе на другие языки использовать китайское слово Лун (龙 – Long ‘дракон’) или переводить как ‘китайский дракон’, поскольку у него нет аналогов в мире, его образ уникален и священен, а сами китайцы считают себя детьми дракона.

Национальная идентичность представителей китайской нации выражается в их уважении к своим традициям и знаниям, веками передававшимся из поколения в поколение. Стремление придать еще большее значение героям фольклорных произведений, так почитаемых в Китае, воплотилось в номинациях объектов китайской автоматической межпланетной станции для изучения Луны и космического пространства. Символичность упомянутого события состоит в том, что космическая миссия, состоящая из стационарной лунной станции «Чан Э» (嫦娥), несущей на борту луноход «Юйту» (玉兔 – ‘яшмовый заяц’), а также ретрансляционного спутника «Цюэцяо» (鹊桥 – ‘сорочий мост’), получила название в честь легенды о красавице Чан Э, живущей на луне с яшмовым зайцем Юйту, и сказки о Пастухе и Ткачихе, встречающихся на сорочьем мосту Цюэцяо каждый седьмой день седьмого месяца. Попытка соотнести технологическое достижение с ассоциативно связанными с космосом народными сказаниями посредством номинации космической станции именами китайских фольклорных образов является актом подчеркивания национальной идентичности китайской нации путем воплощения чувства гордости за свою историческую и культурную уникальность.

Проблема китайской идентичности выражена в сюжетах фольклорных произведений и их связи с самосознанием. Так, основным мотивом в китайском мифе является изображение жизни простых людей. Герои часто прибегают к помощи волшебных трав и мест, чтобы спасти жизни людей. Например, это гора Куньлуньшань (昆仑山), лекарство бессмертия (不死药), исцеляющее тутовое дерево Фусан (扶桑树) и т. д. К характерным чертам героев мифов относятся глубокое чувство скорби, расчет на свои силы, упорная борьба за изменение текущего положения, стойкость характера и непреклонность, осознание важности заботы о близком и любовь к народу. Очень часто подчеркиваются их моральные качества и нравственность.

Перед когнитивной лингвистикой ставятся задачи выяснения природы языкового знания, его усвоения и использования, она отвечает не только на вопрос о том, что такое язык, но и определяет его роль в процессах познания и осмысления мира. По мнению В.А. Лекторского, «сегодня дискуссия по проблеме знания имеет смысл как попытка осмысления той ситуации, в которой оказался современный человек» [15, с. 76]. Развитие новых речевых жанров в фольклорном дискурсе делает проблему знания особенно актуальной.

Сегодня важное место в жизни людей занимают необрядовые фольклорные жанры, к которым относятся не только видоизмененные традиционные жанры (загадки, пословицы) и относительно молодые формы («уличные» песни, анекдоты), но и городские легенды (о заброшенных больницах, заводах), фантастические «историко-краеведческие очерки» (о происхождении названия города или его частей, о памятниках и мистических аномалиях и т. д.), рассказы о невероятных происшествиях, казусах и т. д. В понятие фольклора можно включить и слухи. В Китае к популярным фольклорным жанрам относятся студенческие легенды и песни, а также пугающие истории, или страшилки. По мнению Яна Брунванда, люди интересуются легендами не только из любопытства, но и по причине того, что подобные истории действительно передают контекст языковой среды, в которой находятся их создатели и коммуниканты, и соотношенные с этим контекстом особенности социальной психологии и, в свою очередь, влияют на их собственные психологию, знания и систему норм поведения. Следовательно, стремление к рецепции и распространению жанров подобного рода вызвано желанием присоединиться к общему дискурсу, принимая и передавая определенный набор знаний. Можно сказать, что современный фольклорный дискурс стал включать в себя любые тексты, действия и изображения, выражающие коллективные эмоции и знания.

Помимо структуры самого фольклора, изменилась структура его распределения в обществе в связи с тем, что носителями фольклорного дискурса являются не жители определенных территорий, а члены конкретных социокультурных групп. У туристов, пациентов одной больницы или учащихся одной школы есть свои приметы, легенды, анекдоты и т. д. Каждая, даже самая небольшая, группа людей, едва осознав свою общность и отличие от других, немедленно обзаводится собственным «фольклором». Причем элементы группы могут меняться, а фольклорные тексты будут оставаться.

Способность языка «приспосабливаться к нуждам коммуникации и условиям ее произведения» является неотъемлемым атрибутом существования современ-

ных дискурсивных практик, что относится и к фольклорному дискурсу [16, с. 18]. «Не только язык является формирующим сознание индивида элементом, но и индивид постоянно преобразует и создает язык, проявляя креативность» [17, с. 17]. Новые технологии предоставляют большие возможности для развития дискурса.

Трансдискурсивность как форма взаимодействия различных по своей семиотической природе дискурсов, принципов мышления и реалий, а также как форма слияния художественных и нехудожественных текстов может выражаться в китайском фольклорном дискурсе через мультфильмы, видеоигры, одежду, памятники культуры и архитектурные сооружения, технологические объекты, а также существовать в форме письменных текстов и современных необрядовых фольклорных жанров.

Фольклорный дискурс в наши дни характеризуется открытостью и динамичностью, на основе анализа примеров адаптаций фольклорных образов можно сделать вывод, что стремление соответствовать запросам современного участника коммуникативного пространства приводит к значительным модификациям китайских фольклорных произведений, что меняет восприятие образов рецепиентами и вызывает различные оценки пользователей.

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Источники

- БРЭ – *Махов А.Е.* Интертекстуальность // Большая российская энциклопедия: научно-образовательный портал. URL: <https://bigenc.ru/c/intertekstual-nost-1bdf6c/?v=6709136>, свободный.
- ЛЭС – Литературный энциклопедический словарь. URL: https://literary_encyclopedia.academic.ru, свободный.
- энц. «Байду» – 百度百科 (энциклопедия «Байду»). URL: <https://www.baidu.com/>, свободный.
- Дзен – Непопулярный контент. О мультфильме «Белая Змея». URL: <https://dzen.ru/a/YKwJwucWmgIВPIВ4>, свободный.
- ПостНаука – Введение в теоретическую фольклористику // ПостНаука. URL: <https://postnauka.org/courses/31551>, свободный.

Литература

1. *Шаранкова А.А.* Эволюция мифа о короле Артуре и особенности его языковой репрезентации в англоязычном культурно-историческом пространстве (XV–XXI вв.): дис. ... канд. филол. наук. М., 2015. 387 с.
2. *Неклюдов С.Ю.* После фольклора // Живая старина. 1995. № 1. С. 2–4.
3. *Foster M.D., Tolbert J.A.* The Folkloresque: Reframing Folklore in a Popular Culture World. Logan, UT: Utah State Univ. Press, 2016. viii, 265 p.
4. *Paredes A.* “El Corrido de José Mosqueda” as an example of pattern in the ballad // West. Folklore. 1958. V. 17, No 3. P. 154–162. <https://doi.org/10.2307/1496039>.
5. *McDowell J.H.* Rethinking folklorization in Ecuador: Multivocality in the expressive contact zone // West. Folklore. 2010. V. 69, No 2. P. 181–209.

6. *Азадовский М.К.* История русской фольклористики // Сост. и отв. ред. О.А. Платонов. М.: Институт русской цивилизации, 2014. 1056 с.
7. 杨利慧. 神话主义: 遗产旅游与电子媒介中的神话挪用和重构 // 中国社会科学出版社. 北京, 2020. 533 页. = Ян Л. Мифологизм: присвоение и использование мифов в культурном-познавательном туризме и СМИ. Пекин: Издательство социальных наук Китая, 2020. 533 с.
8. *Новодранова В.Ф., Мотро Ю.Б.* Семантические модификации термина в медицинском дискурсе // Вестн. Челяб. ун-та. 2011. № 33 (248). С. 101–104.
9. *Манерко Л.А.* Мультиmodalность дискурса как основа для междисциплинарных когнитивных исследований // Когнитивные исследования языка. Вып. XXVII: Антропоцентрический подход в когнитивной лингвистике / Гл. ред. серии Н.Н. Болдырев; отв. ред. вып. В.З. Демьянков. М.: Ин-т языкознания РАН; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2016. С. 720–730.
10. *Манерко Л.А.* Изучение мультиmodalности дискурсивного знания средствами методологического аппарата когнитивной лингвистики // Когнитивные исследования языка. Вып. XXII: Язык и сознание в междисциплинарной парадигме исследований: материалы Междунар. конгресса по когнитивной лингвистике. 30 сентября – 2 октября 2015 г. / Гл. ред. серии Н.Н. Болдырев; отв. ред. вып. Т.А. Клепикова. М.: Ин-т языкознания РАН; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2015. С. 86–89.
11. *Немкина Н.И.* Мультиmodalность в интернет-дискурсе: прагматический подход в описании средств создания комического эффекта // Коммуникативные коды в межкультурном пространстве как средство формирования общегуманитарных компетенций человека нового поколения. Материалы III Междисциплинар. науч. конф. 1–2 июня 2023 г. / Науч. ред. Г.Г. Молчанова. М.: КДУ, Добросовет, 2023. С. 250–259.
12. *Заботкина В.И.* От интеграционного вызова в когнитивной науке к интегрированной методологии // Методы когнитивного анализа семантики слова: компьютерно-корпусный подход / Под общ. ред. В.И. Заботкиной. М.: Языки славян. культуры, 2015. С. 15–38.
13. *Манерко Л.А., Проконичев Г.И., Устинова Д.В.* Мир англо-шотландской баллады как отражение языка, культуры и перевода. М.: Р. Валент, 2022. 239 с.
14. *Эмер Ю.А.* Фольклорный дискурс: когнитивно-дискурсивное исследование // Вопросы когнитивной лингвистики. 2011. Вып. 2. С. 50–60.
15. *Лекторский В.А.* О проблеме знания // Эпистемология и философия науки. 2009. Т. 21, № 3. С. 74–76.
16. *Кубрякова Е.С.* Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Яз. славян. культуры, 2004. 555 с.
17. *Таймур М.П.* Смешанная метафора как лингвокогнитивный феномен (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2020. 24 с.

Поступила в редакцию 10.06.2024

Принята к публикации 10.08.2024

Немкина Николь Игоревна, аспирант Высшей школы перевода (факультета)

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Ленинские горы, д. 1, г. Москва, 119234, Россия

E-mail: nemkinani@my.msu.ru

ORIGINAL ARTICLE

doi: 10.26907/2541-7738.2024.5.112-128

Transdiscursivity of Chinese Folklore*N.I. Nemkina**Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, 119234 Russia*E-mail: *nemkinani@my.msu.ru*

Received June 10, 2024; Accepted August 10, 2024

Abstract

This article examines the concept of transdiscursivity as a result of the interaction between the discourses of traditional folklore and mass culture. Folklore, viewed through transdiscursive lens, can be described using the terms of folklorization, folklorism, and mythologism. The transdiscursivity of Chinese folklore deserves special attention as, being studied through contextual analysis, it unveils the reasons behind this phenomenon in general, exposes the interplay between different discourses, and can be indicative of the evolutionary trajectories of Chinese folklore in particular. One of the most powerful drivers of the transdiscursive transition is the influence of consumer society, which compels traditional narratives to adapt and acquire new features. Under the conditions of transdiscursivity, folklore manifests through its representation in video games, cartoons, plays, etc. The fusion of traditional folklore imagery with modern cultural motifs leads to the incorporation of self-development discourse into contemporary adaptations of folklore, which is reflected in the behavior of fictional characters. Concerning Chinese folklore, the conclusion was made that it takes on new features when functioning in a new discursive environment, thereby altering the perception of traditional images by its recipients. Therefore, the folklore discourse of China is constantly evolving in diverse forms, which ensures its vitality and maintains its unique national and cultural specificity.

Keywords: transdiscursivity, Chinese folklore, folklorisation, folklorism, mythologism, discourse, folklore image

Conflicts of Interest. The author declares no conflicts of interest.

Figure Captions

Fig. 1. a) Nüwa with a snake body; b) Nüwa appearing as a human in the video game “King of Glory”.

Fig. 2. The performance of “Meng Jiangnu Weeping at the Great Wall”.

Fig. 3. a) “Nezha Conquers the Dragon King” amusement ride; b) “Nüwa Repairs the Sky” amusement ride.

References

1. Sharapkova A.A. The evolution of the myth of King Arthur and its linguistic representation in the English cultural and historical space (from 15th to 21st centuries). *Cand. Philol. Diss.* Moscow, 2015. 387 p. (In Russian)
2. Neklyudov S.Yu. After folklore. *Zhivaya Starina*, 1995, no. 1, pp. 2–4. (In Russian)
3. Foster M.D., Tolbert J.A. *The Folkloresque: Reframing Folklore in a Popular Culture World*. Logan, UT: Utah State Univ. Press, 2016. viii, 265 p.
4. Paredes A. “El Corrido de José Mosqueda” as an example of pattern in the ballad. *Western Folklore*, 1958, vol. 17, no. 3, pp. 154–162. <https://doi.org/10.2307/1496039>.

5. McDowell J.H. Rethinking folklorisation in Ecuador: Multivocality in the expressive context zone. *Western Folklore*, 2010, vol. 69, no. 2, pp. 181–209.
6. Azadovskii M.K. *Istoriya russkoi fol'kloristiki* [History of Russian Folkloristics]. Platonov O.A. (Ed.). Moscow, Inst. Russ. Tsiviliz., 2014. 1056 p. (In Russian)
7. Yang L. *Mythologism: The Appropriation and Use of Myths in Cultural Tourism and Media*. Beijing, China Soc. Sci. Press, 2020. 533 p. (In Chinese)
8. Novodranova V.F., Motro Yu.B. Semantic modifications of the term in medical discourse. *Vestnik Chelyabinskogo Universiteta*, 2011, no. 33 (248), pp. 101–104. (In Russian)
9. Manerko L.A. Multimodal discourse as a basis for interdisciplinary cognitive research. In: *Kognitivnye issledovaniya yazyka* [Cognitive Studies of Language]. Boldyrev N.N. (Ed.). Vol. XXVII: Anthropocentric approach in cognitive linguistics. Dem'yankov V.Z. (Ed.). Moscow, Inst. Yazykozn. Ross. Akad. Nauk; Tambov, Izd. Dom TGU im. G.R. Derzhavina, 2016, pp. 720–730. (In Russian)
10. Manerko L.A. Studying multimodality of discursive knowledge using the methodological tools of cognitive linguistics. In: *Kognitivnye issledovaniya yazyka* [Cognitive Studies of Language]. Boldyrev N.N. (Ed.). Vol. XXII: Language and Consciousness in the Interdisciplinary Research Paradigm: Proc. Int. Congr. on Cognitive Linguistics. Sept. 30–Oct. 2, 2015. Klepikova M. (Ed.). Moscow, Inst. Yazykozn. Ross. Akad. Nauk; Tambov, Izd. Dom TGU im. G.R. Derzhavina, 2015, pp. 86–89. (In Russian)
11. Nemkina N.I. Multimodality in Internet discourse: A pragmatic approach in describing the means of creating a comic effect. *Kommunikativnye kody v mezhkul'turnom prostranstve kak sredstvo formirovaniya obshchegumanitarnykh kompetentsii cheloveka novogo pokoleniya. Materialy III Mezhdistsiplinar. nauch. konf. 1–2 iyunya 2023 g.* [Communicative Codes in Intercultural Space as a Means of Formation of General Humanities Competences of a New Generation: Proc. III Interdiscip. Sci. Conf. June 1–2, 2023]. Molchanova G.G. (Ed.). Moscow, KDU, Dobrosoviet, 2023, pp. 250–259. (In Russian)
12. Zabotkina V.I. From the integration challenge in cognitive science to an integrated methodology. In: Zabotkina V.I. (Ed.) *Metody kognitivnogo analiza semantiki slova: komp'yuterno-korpusnyi podkhod* [Methods of Cognitive Analysis of Word Semantics: A Computer-Corpus Approach]. Moscow, Yazyki Sl. Kul't, 2015, pp. 15–38. (In Russian)
13. Manerko L.A., Prokonichev G.I., Ustinova D.V. *Mir anglo-shotlandskoi ballady kak otrazhenie yazyka, kul'tury i perevoda* [The World of the Anglo-Scottish Ballad as a Reflection of Language, Culture, and Translation] Moscow, R. Valent, 2022. 239 p. (In Russian)
14. Emer Yu.A. Folklore discourse: Cognitive and discursive insights. *Voprosy Kognitivnoi Linguistiki*, 2011, no. 2, pp. 50–60. (In Russian)
15. Lektorskii V.A. On the problem of knowledge. *Epistemologiya i Filosofiya Nauki*, 2009, vol. 21, no. 3, pp. 74–76. (In Russian)
16. Kubryakova E.S. *Yazyk i znanie. Na puti polucheniya znaniy o yazyke: chasti rechi s kognitivnoi tochki zreniya. Rol' yazyka v poznanii mira* [Language and Knowledge. On the Path to Understanding Language: Parts of Speech from a Cognitive Perspective. The Role of Language in Cognition of the World]. Moscow, Yazyki Sl. Kul't, 2004. 555 p. (In Russian)
17. Taimur M.P. Mixed metaphor as a linguocognitive phenomenon (based on the English language). *Extended Abstract of Cand. Philol. Diss.* Moscow, 2020. 24 p. (In Russian)

Для цитирования: Немкина Н.И. Трансдискурсивность китайского фольклора // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2024. Т. 166, кн. 5. С. 112–128. <https://doi.org/10.26907/2541-7738.2024.5.112-128>.

For citation: Nemkina N.I. Transdiscursivity of Chinese folklore. *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki*, 2024, vol. 166, no. 5, pp. 112–128. <https://doi.org/10.26907/2541-7738.2024.5.112-128>. (In Russian)