УДК 81’42=581
Науч. спец. 5.9.8
DOI: 10.36809/2309-9380-2026-52-194-199

Ольга Александровна Дмитриева
Волгоградский государственный социально-педагогический университет, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка как иностранного, директор Института международного образования, Волгоград, Россия
e-mail: dmoa@yandex.ru

Чжао Шутин
Волгоградский государственный социально-педагогический университет, аспирант, Волгоград, Россия
e-mail: zhaoshuting2020@163.com

Коммуникативные стратегии и тактики лингвокультурного типажа «сваха» в китайской лингвокультуре

Аннотация. Статья посвящена исследованию вербальных характеристик лингвокультурного типажа «сваха» в китайской лингвокультуре. В центре внимания — анализ коммуникативных стратегий и тактик, используемых свахой для достижения своих профессиональных целей. На материале классических и современных китайских художественных произведений, пословиц и поговорок выявлены и систематизированы ключевые стратегии (подчинения, самопрезентации, мистификации, институционального посредничества) и поддерживающие их тактики (уговоров, комплимента, давления и др.). Установлено, что коммуникативный портрет свахи представляет собой сложную систему, отражающую ее прагматическую ценностную ориентацию.

Ключевые слова: лингвистика, лингвокультурный типаж, сваха, коммуникативные характеристики, китайский язык.

Olga A. Dmitrieva
Volgograd State Pedagogical University, Doctor of Philological Sciences, Professor, Head of the Department of Russian as a Foreign Language, Director of the Institute of International Education, Volgograd, Russia
e-mail: dmoa@yandex.ru

Zhao Shuting
Volgograd State Pedagogical University, Postgraduate Student, Volgograd, Russia
e-mail: zhaoshuting2020@163.com

Communication Strategies and Tactics of the Linguocultural Type of “Matchmaker” in Chinese Linguoculture

Abstract. This article explores the verbal characteristics of the “matchmaker” linguocultural type in Chinese linguoculture. It focuses on analyzing the communicative strategies and tactics used by matchmakers to achieve their professional goals. Based on classical and modern Chinese literature, proverbs, and sayings, the study identifies and systematizes key strategies (subordination, self-presentation, mystification, and institutional mediation) and their supporting tactics (persuasion, compliments, pressure, etc.). The author establishes that the matchmaker’s communicative profile is a complex system reflecting her pragmatic value orientation.

Keywords: linguistics, linguocultural type, matchmaker, communicative characteristics, Chinese language.

Введение (Introduction)

Теория лингвокультурных типажей является одним из активно развивающихся направлений антропологической лингвистики. Лингвокультурные типажи выступают объектом изучения как в рамках собственно теории лингвокультурных типажей, так и в смежных междисциплинарных обла-

© Дмитриева О. А., Шутин Ч., 2026

Для цитирования: Дмитриева О. А., Шутин Ч. Коммуникативные стратегии и тактики лингвокультурного типажа «сваха» в китайской лингвокультуре // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2026. № 3 (52). С. 194–199. DOI: 10.36809/2309-9380-2026-52-194-199

Статья доступна на условиях лицензии
Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

стях [1; 2]. Тем не менее коммуникативные характеристики многих типажей, в частности «свахи», изучены недостаточно глубоко.

Выбор лингвокультурного типажа «сваха» для исследования обусловлен его значимой социальной ролью в китайской культуре на протяжении столетий. Обращаясь к социокультурному контексту, отметим, что в древнекитайском обществе сложный брачный этикет делал фигуру свахи необходимой.

Профессия свахи имеет в Китае давнюю историю; ее образ упоминается еще в «Книге песен» (XI–VI вв. до н. э.). Хрестоматийным является пример: «匪我愆期, 子无良媒» (*Не я затягиваю сроки, а у вас нет доброй свахи*; перевод наш. — *Ч. Ш.*), который свидетельствует о том, что сваха была обязательным участником брачной церемонии [3, с. 85]. Таким образом, свахи представляют собой типичную социопрофессиональную группу, чье поведение и ценностные ориентации существенно влияют на лингвокультуру и отражают этнокультурное своеобразие.

Цель работы — смоделировать коммуникативные характеристики лингвокультурного типажа «сваха» путем выявления и анализа доминирующих коммуникативных стратегий и тактик. Мы полагаем, что детальный анализ коммуникативно-речевого поведения позволяет не только реконструировать портрет типажа, но и выявить ценности репрезентируемой им культуры.

Методы (Methods)

Методологической основой исследования выступают теория лингвокультурных типажей В. И. Карасика и О. А. Дмитриевой и модель анализа коммуникативных стратегий О. С. Иссерс [4]. В работе применяются следующие методы: идентификация коммуникативных стратегий, анализ речевых тактик и выявление их языковых индикаторов в соответствии с указанной моделью.

Литературный обзор (Literature Review)

Современная лингвистическая парадигма характеризуется явно выраженной антропоцентрической ориентацией. Этот поворот приводит к сосредоточению внимания лингвистов на изучении языковой личности, лингвокультурных, социальных и коммуникативных типажей [5, с. 94]. Исследование языковой личности, являющееся одним из основополагающих направлений лингвокультурологии, находит отражение в трудах Ю. Н. Караулова, В. И. Карасика, О. Б. Сиротининой, И. П. Сусова, Г. Н. Беспамятновой, Т. В. Кочетковой, Е. В. Ширины и др. В настоящее время лингвоперсонология оформилась в отдельную отрасль науки, центральным понятием которой выступает языковая личность, а внутри нее развивается теория лингвокультурных типажей [6, с. 395].

Становление теории лингвокультурных типажей как важнейшей составляющей лингвокультурологии относится к началу XXI в. Термин «лингвокультурный типаж» был введен В. И. Карасиком и О. А. Дмитриевой для более полного отражения всего смыслового содержания языковой личности, типизируемой в культурологическом аспекте. В. И. Карасик предлагает следующее понимание этого термина: «обобщенный тип личности, выделяемой по социально значимым параметрам в рамках определенного социально-этнического общества, проявляющий определенные речеповеденческие характеристики и узнаваемый носителями конкретной этно- или социокультуры по специфическим характеристикам вербального и невербального поведения и выводимой ценностной ориентации» [7, с. 38]. О. А. Дмитриева определяет лингвокультурный типаж как совокупность культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, значений, установок и поведенческих реакций [8, с. 29]. Исходя из этих определений, изучение коммуникативных характеристик представляется важнейшим аспектом изучения лингвокультурного типажа.

«现代汉语词典» («Словарь современного китайского языка») предлагает обобщенное описание типажа «сваха»: 旧时以作媒为职业的妇女 (*Сваха — женщина, профессионально занимающаяся сватовством в древности*; перевод наш. — *Ч. Ш.*) [9]. В массовом сознании современных китайцев успешность в профессии свахи зависит от коммуникативных навыков, которые она демонстрирует в процессе сватовства. Именно поэтому характеристики речевой коммуникации являются ключевыми для моделирования данного типажа. Как отмечают О. А. Дмитриева и И. А. Мурзинова, изучение коммуникативно-речевого поведения лингвокультурных типажей позволяет, с одной стороны, понять особенности речевой коммуникации, присущие социальной группе, представляющей исследуемый типаж; с другой — глубже осмыслить особенности менталитета этноса или социальной группы, в которых этот типаж существует [2, с. 45].

Источниками для изучения коммуникативного поведения исследуемого типажа служат художественные произведения, поговорки и сехоуюй. Для анализа его коммуникативно-речевой составляющей используется выделение стратегий, речевых тактик и языковых индикаторов, предложенное О. С. Иссерс. Согласно данному подходу, показать, как цели влияют на процесс коммуникации, можно в терминах тактик, коммуникативных ходов и языковых маркеров. Если речевую стратегию рассматривать как совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего, то речевой тактикой следует считать одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии [4, с. 109–110]. Коммуникативный ход — это прием, выступающий в качестве инструмента реализации той или иной речевой тактики [4, с. 117]. Выявление характерных признаков высказываний, которые указывают на тип речевой стратегии (речевой тактики), должно опираться на имеющиеся сведения о «грамматической обработке» слов, фраз, предложений и дискурса в целом [4, с. 130].

С функциональной точки зрения О. С. Иссерс подразделяет коммуникативные тактики и стратегии на два типа: основные и вспомогательные. К основным стратегиям исследователь причисляет семантические (когнитивные), к вспомогательным — прагматические, диалоговые и риторические типы стратегий и тактик [4]. Так, семантический тип иллюстрируют стратегия подчинения (тактики уговоров) и стратегия дискредитации (тактика оскорбления и насмешки). Прагматический тип рассматривается на примере

эмоционально настраивающей тактики комплимента и стратегии самопрезентации. Диалоговые (конверсационные) стратегии представлены стратегией контроля над инициативой. Рекламную тактику перераспределения межличностного пространства можно отнести как к семантическому, так и к риторическому типу стратегий [4, с. 140].

Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

Анализ языкового материала показывает, что речевое поведение свахи строится вокруг базовой семантической стратегии подчинения, конечной целью которой является получение согласия от одной или обеих сторон брачного союза. Ключевой тактикой для реализации этой стратегии является тактика уговоров.

Согласно О. С. Иссерс, тактика уговоров характеризуется использованием множества коммуникативных ходов и аргументов, так как говорящий изначально предполагает сопротивление собеседника [4, с. 142]. Яркой иллюстрацией этой тактики является эпизод из романа «Сон в красном тереме», в котором госпожа Син пытается уговорить служанку Юаньян стать наложницей пожилого господина Цзя Шэ.

Для реализации тактики уговоров сваха госпожа Син использует серию последовательных коммуникативных ходов:

1. Коммуникативный ход «апелляция к качествам партнера» и «комплимент»: *...女孩子里头，就只你是个尖儿，模样，行事作人，温柔可靠，一概是齐全的* [10] (*...ты приглянулась ему: красивая, добрая, скромная, честная* [Сон в красном тереме, т. 2]*).

Этот ход, являясь, по сути, вспомогательной прагматической тактикой комплимента, служит здесь для создания положительного эмоционального фона и повышения самооценки адресата, чтобы сделать его более сговорчивым. Госпожа Син использует слова с ярко выраженной положительной коннотацией (尖儿 — *самая лучшая*, 温柔可靠 — *нежная, надежная*), чтобы подчеркнуть исключительность Юаньян.

2. Коммуникативный ход «апелляция к разуму и статусу»: 俗话说的，‘金子终得金子换’，谁知竟被老爷看中了你 [10] (*Пословица гласит: «Золото обменивается только на золото», вот почему ты и приглянулась старшему господину* [Сон в красном тереме, т. 2]).

Здесь госпожа Син использует метафору-пословицу, чтобы апеллировать к логике и социальному статусу. Она аргументирует, что благосклонность хозяина дома — это высокая честь («золото»), которая соответствует достоинствам самой Юаньян («золото»). Этот ход призван рационализировать предложение и представить его не как прихоть, а как закономерное и справедливое событие.

После того как Юаньян молчанием демонстрирует сопротивление, госпожа Син, не отказываясь от основной стратегии подчинения, меняет тактику, применяя более жесткий ход:

3. Коммуникативный ход «апелляция к авторитету и оказание давления»: 想必你有老子娘，你自己不肯说话，怕臊。你等他们问你，这也是理。让我问他们去，叫他们来问你，有话只管告诉他们 [10] (*И с родителями твоими поговорю, если самой стыдно. Они спросят, согласна ли ты, тогда выскажешь им всю правду* [Сон в красном тереме, т. 2]).

Этот ход является ключевым в данной ситуации. Осознав, что «мягкие» уговоры не работают, госпожа Син переходит к скрытой угрозе. Она апеллирует не к личным чувствам Юаньян, а к авторитету семейной иерархии. В условиях Древнего Китая обращение к родителям-слугам, которые полностью зависимы от воли господ, является мощным инструментом принуждения. Таким образом, тактика уговоров трансформируется в тактику давления, оставаясь в рамках общей стратегии подчинения.

Данный пример наглядно демонстрирует, как сваха гибко использует в рамках одной базовой стратегии целый арсенал тактик и коммуникативных ходов (комплимент, апелляция к разуму, апелляция к авторитету), последовательно применяя их в зависимости от реакции собеседника. Это подтверждает тезис О. С. Иссерс о том, что тактика уговоров представляет собой не единичное действие, а развернутую последовательность речевых шагов, направленных на преодоление сопротивления [4, с. 142].

Рассмотрим другой пример из того же романа «Сон в красном тереме»: сваха Ван Сифэн (Фэнцзе) хочет посватать гостю в доме Линь Дайюй младшего брата своего мужа Цзя Баоюя, и в процессе коммуникации с Линь Дайюй тактика уговоров используется свахою Ван Сифэн. Оригинал выглядит следующим образом:

王熙凤笑道：“你既吃了我们家的茶，怎么还不给我们家作媳妇？”众人听了一齐都笑起来。林黛玉红了脸，一声儿不言语，便回过头去了。...凤姐笑道：“你别作梦！你给我们家作了媳妇，少什么？”指宝玉道：“你瞧瞧，人物儿，门第配不上，根基配不上，家私配不上？那一点还玷辱了谁呢?” [10] (*Фэнцзе рассмеялась:*

— Чай наш пьешь, а замуж за наших родственников не идешь?

Все расхохотались. Дайюй густо покраснела и отвернулась, не сказав ни слова. <…>

— Разве выйти за кого-нибудь из наших родственников оскорбительно? — с улыбкой спросила Фэнцзе и, кивнув на Баоюя, добавила: — Может быть, и он тебе не пара? Родословная не подходит? Или положение недостаточно высокое? Что, скажи, ниже твоего достоинства? [Сон в красном тереме, т. 1]**). Этот эпизод является яркой иллюстрацией того, как семантическая стратегия подчинения и ее ключевая тактика — тактика уговоров — адаптируются под конкретного адресата и коммуникативную ситуацию. Ван Сифэн, выступая в роли свахи, сталкивается не с зависимой служанкой, а с высокостатусной и эмоционально ранимой родственницей, Линь Дайюй. Это определяет выбор совершенно иных, по сравнению с госпожой Син, коммуникативных ходов:

* Здесь и далее русский перевод тома 2 романа дан по: https://www.epochtimes.ru/content/view/21550/76/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F.

** Здесь и далее русский перевод тома 1 романа дан по: https://litmir.club/br/?b=5574&p=88.

1. Коммуникативный ход «игра и косвенная номинация»: 你既吃了我们家的茶，怎么还不给我们家作媳妇？[10] (*Чай наш пьешь, а замуж за наших родственников не идешь?* [Сон в красном тереме, т. 1]). Вместо прямого предложения Ван Сифэн использует шутливый тон и культурную метафору («пить чай» как символ помолвки). Этот ход можно классифицировать как риторическую тактику, служащую для реализации общей стратегии, его цели — снять формальность и напряжение и подать щекотливую тему в игровой форме, что позволяет зондировать почву и проверять реакцию без риска прямой конфронтации. А также создать иллюзию общего знания, когда фраза строится так, будто согласие Линь Дайюй уже предрешено и она лишь откладывает неизбежное. Здесь мы видим элемент манипулятивного воздействия.

2. Коммуникативный ход «апелляция к разуму и статусу через риторические вопросы». Увидев, что первый ход вызвал смущение и молчание (несогласие), Ван Сифэн переходит к более напористой тактике, которая остается в рамках стратегии подчинения: 你瞧瞧，人物儿，门第配不上，根基配不上，家私配不上？那一点还玷辱了谁呢？ [10] (*Может быть, и он тебе не пара? Родословная не подходит? Или положение недостаточно высокое? Что, скажи, ниже твоего достоинства?* [Сон в красном тереме, т. 1]). Здесь используется серия риторических вопросов. С точки зрения О. С. Иссерс, это коммуникативный ход, апеллирующий к разуму, который в данном контексте служит тактике давления. Ван Сифэн перечисляет объективные, с точки зрения общества того времени, критерии удачного брака: 人物儿 *(внешность)*, 门第 *(знатность рода)*, 根基 (*общественное положение*), 家私 *(богатство)*. Риторическая форма вопросов не предполагает ответа. Она призвана дискредитировать саму возможность отказа. Любой негативный ответ со стороны Линь Дайюй будет выглядеть необоснованным высокомерием, поскольку формально жених по всем параметрам превосходит ее. Таким образом, этот ход является формой скрытого принуждения.

Итак, речевое поведение Ван Сифэн демонстрирует гибкость в применении тактики уговоров в рамках стратегии подчинения. В отличие от госпожи Син, которая в аналогичной ситуации по отношению к служанке использовала ход «апелляция к авторитету», Ван Сифэн, имея дело с равной по статусу, но уязвимой в эмоциональном плане Линь Дайюй, выбирает иные инструменты: риторическую тактику косвенной номинации для разведки и установления контакта и ход апелляции к разуму через риторические вопросы для оказания скрытого давления. Этот пример подтверждает, что выбор конкретных коммуникативных ходов свахой напрямую зависит от социального статуса и психологического портрета адресата, а сама тактика уговоров является сложным, многоходовым инструментом.

Помимо семантических стратегий, направленных на прямое подчинение, в арсенале свахи важное место занимают вспомогательные прагматические стратегии. Ключевой из них является эмоционально настраивающая тактика комплимента. Согласно О. С. Иссерс, комплимент отличается «явной демонстрацией интенции говорящего» [4, с. 178] и служит установлению и поддержанию добрых отношений [4, с. 180]. В профессиональной деятельности свахи эта тактика выполняет двойную функцию: с одной стороны, она располагает к себе собеседника, а с другой — целенаправленно формирует привлекательный образ жениха или невесты, нивелируя потенциальные недостатки и сокращая социально-психологическую дистанцию между будущими супругами.

Ярким примером прагматической стратегии самопрезентации (где объектом презентации выступает не сама сваха, а кандидатка в невесты) через тактику комплимента является эпизод из романа «Обыкновенный мир». Сваха Хэ Фэнин представляет свою племянницу Хэ Сюлянь отцу потенциального жениха, Сунь Юйхоу: 大哥，我娘家族里有个远门侄女，她妈死得早，一直是她爸拉扯大的，劳动和家务活都好 [11] (*Брат, в семье моей матери есть дальняя племянница. Ее мать рано умерла, и ее воспитывал отец. Она хороша в труде и домашнем хозяйстве*; перевод наш. — *Ч. Ш.*). В данном высказывании реализуется коммуникативный ход «целевой комплимент-аргумент». Его прагматическая эффективность заключается в следующем. Комплимент не абстрактен, а строго ориентирован на систему ценностей и практические нужды бедной сельской семьи. Качества *хороша в труде и домашнем хозяйстве* (劳动和家务活都好) в контексте Китая 1970–1980-х гг. являются ключевыми для выживания домохозяйства. Таким образом, комплимент служит не просто лестью, а рациональным обоснованием выгоды от данного брака. Лексический индикатор тактики — оценочное прилагательное 好 (*хороша*), которое выступает как вербальный маркер, фокусирующий внимание на ключевом для убеждения качестве. Упоминание о ранней смерти матери и воспитании отцом могло бы быть воспринято как недостаток (неполная семья). Однако, подавая этот факт как свидетельство самостоятельности и трудолюбия девушки, сваха мастерски трансформирует потенциальный минус в продолжение комплимента, усиливая образ Хэ Сюлянь как стойкой и умелой хозяйки.

Успех сватовства Хэ Фэнин в романе наглядно демонстрирует эффективность тактики комплимента, когда она используется не как простая любезность, а как целенаправленный прагматический инструмент. Путем целевого комплимента-аргумента, соотнесенного с аксиологией слушателя, сваха достигает сразу двух целей: создает позитивный образ невесты и имплицитно аргументирует прагматическую выгоду от брака, реализуя тем самым свою главную коммуникативную интенцию.

Сущность комплимента как средства установления и поддержания добрых отношений позволяет ему не только функционировать как самостоятельная тактика, но и выступать в роли вспомогательного коммуникативного хода в рамках других, более сложных тактик, например в тактике уговоров [4, с. 180]. Это наглядно демонстрирует пример госпожи Син, где комплимент используется как инструмент подготовки коммуникативного поля. Рассмотрим начальный этап диалога между госпожой Син и служанкой Юаньян: 邢夫人笑道："做什么呢？我瞧瞧，你紮的花儿越发好了"[10] (*— Что ты делаешь? ...с улыбкой проговорила:*

— Дай-ка посмотреть! — Да это замечательно! [Сон в красном тереме, т. 2]).

Данный эпизод представляет собой классический пример коммуникативного хода «установление контакта и создание позитивного настроя», который служит прагматическим введением к основной стратегии подчинения. Этот комплимент не является самоцелью. Его задача настроить собеседника для дальнейшего, более сложного и потенциально конфликтного разговора. Он выполняет роль коммуникативного анестезирующего средства, призванного снизить психологический барьер и создать иллюзию неформального, дружелюбного общения. Использование эмоционально-оценочного слова 好 *(замечательно)* в сочетании с невербальным маркером — улыбкой — служит вербальным и невербальным индикаторами данной тактики. Эта комбинация призвана продемонстрировать доброжелательность и искренность (или ее иллюзию), что является необходимым условием для последующего манипулятивного воздействия. Таким образом, цель госпожи Син заключается не в искренней оценке рукоделия, а в реализации конкретной стратегической задачи: завоевать расположение Юаньян, снять первоначальное напряжение и подготовить почву для основной части разговора — непосредственного предложения стать наложницей. Этот комплимент является первым и необходимым шагом в развертывании последующей многоходовой тактики уговоров.

Проведенный анализ позволяет дифференцировать два способа использования комплимента в речевом портрете свахи: как самостоятельную прагматическую тактику, нацеленную на прямую презентацию достоинств жениха или невесты через целевой комплимент-аргумент (как в случае с Хэ Фэнин) и как вспомогательный коммуникативный ход в структуре более сложных тактик (например, уговоров), где он выполняет функцию установления контакта, создания благоприятной атмосферы и снижения защитных барьеров у адресата (как в случае с госпожой Син).

В обоих случаях комплимент реализуется через эмоционально-оценочную лексику и служит ключевым инструментом для управления эмоциональным состоянием собеседника и эффективного продвижения к основной цели свахи — заключению брачной сделки.

Рассмотренный пример из романа «Несчастная супружеская доля» демонстрирует сложное переплетение стратегии самопрезентации (объекта сватовства) и стратегии подчинения, где тактика комплимента используется в сочетании с элементами тактики дискредитации для создания «управляемого» образа.

Анализ реплики свахи позволяет выявить несколько взаимосвязанных коммуникативных ходов:

1. Коммуникативный ход «комплимент с элементами дискредитации» (стратегия «кнута и пряника»): 论人倒标致，脸象斧子苗花儿似的，可是两点点脚... [12] (*Она очень красива, ее лицо прекрасно, как вьюнок японский ложный, вот только ножки малы...;* перевод наш. — *Ч. Ш.*). Сваха использует классический прием убеждения: она не скрывает недостаток (两点点脚 — *ножки малы*), а тут же нейтрализует его, предваряя ярким, развернутым комплиментом. Стилистический прием сравнения (脸象斧子苗花儿似的 — *лицо как цветок вьюнка*) служит вербальным маркером, призванным перевесить негативную информацию в восприятии слушателя. Это создает иллюзию объективности и честности свахи, повышая степень доверия к ее словам.

2. Коммуникативный ход «создание управляемой биографии» (прагматическая тактика): 这是程木匠的闺女，魏武举娶了去，嫌破茬，送回来的... [12] (*Это дочь плотника Чэна. Ее вернули в родительский дом после того, как военный цзюйжэнь Вэй нашел ее «неподходящей»*; перевод наш. — *Ч. Ш.*). Сообщая о разводе и низком социальном происхождении девушки, сваха, с одной стороны, вынуждена раскрыть факты, но с другой — формирует у потенциального жениха образ «доступной» и «неидеальной» кандидатки, что психологически облегчает ему принятие предложения и позволяет свахе выступать в роли «спасительницы», решающей проблему «непопулярной» невесты. Данный пример получает мощное подтверждение и обобщение в китайских паремиях. Сехоуюй и поговорки выступают здесь как метатекст, фиксирующий и гиперболизирующий типичные черты речевого портрета типажа.

В продолжение сказанного обратим внимание на две паремии.

媒婆夸姑娘——说得象仙女 [13] (*Сваха хвалит девушку — представляет ее как фею*; перевод наш. — *Ч. Ш.*). Использование стилистического приема гиперболы в данной паремии служит языковым индикатором, обнажающим профессиональную склонность свах к сильному преувеличению достоинств в рамках тактики комплимента.

十个媒人九个夸，一个不夸是哑巴 [13] (*Девять из десяти свах делают комплименты, а тот, кто не делает, — немой*; перевод наш. — *Ч. Ш.*). Эта поговорка, используя прием контраста и гиперболы (пропорция 9 : 1 и приписывание физического недостатка — «немой»), возводит комплимент в ранг обязательной, конституирующей профессию черты. Она имплицитно утверждает, что комплимент является не просто навыком, а ключевым инструментом профессиональной компетенции свахи.

Таким образом, анализ тактики комплимента позволяет сделать следующие выводы о ее реализации в речи лингвокультурного типажа «сваха»:

– функциональная вариативность. Комплимент используется в качестве как самостоятельной прагматической тактики, так и вспомогательного хода в структуре более сложных тактик (уговоров, дискредитации);

– языковые индикаторы. На вербальном уровне тактика маркируется использованием положительных эмоционально-оценочных слов и широким применением стилистических приемов, таких как сравнение и гипербола;

– стратегическая цель. Независимо от формы, конечной целью комплимента является управление восприятием собеседника для формирования привлекательного образа клиента и продвижения к достижению главной интенции свахи — успешному заключению брачной сделки.

Заключение (Conclusion)

Проведенное исследование позволяет смоделировать ключевые коммуникативные характеристики лингвокультурного типажа «сваха» в китайской лингвокультуре.

Коммуникативное поведение типажа управляется доминирующей стратегией подчинения, нацеленной на заключение

брачной сделки. Для ее реализации используется комплекс тактик, ключевыми из которых являются тактика уговоров (реализуемая через ходы апелляции к качествам, разуму, авторитету и оказания давления) и тактика комплимента, выступающая как в роли самостоятельной прагматической стратегии, так и в качестве вспомогательного инструмента.

Выявленные характеристики раскрывают глубинную прагматическую ценностную ориентацию данной социопрофессиональной группы: сваха предстает виртуозным коммуникатором, использующим сложный синтез вербального манипулирования для достижения коммерческого результата в рамках традиционной системы брака.

1. Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажи : сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика. Волгоград : Парадигма, 2005. 310 с.

2. Дмитриева О. А., Мурзинова И. А. Теория лингвокультурных типажей : учеб. пособие. Волгоград : Волгогр. гос. соц.-пед. ун-т, 2015. 92 с.

3. 诗经 / 周啸天评注. 四川成都 : 四川人民出版社, 2020. 224 页. = Книга песен / с коммент. Чжоу Сяотяня. Чэнду, провинция Сычуань : Народ. изд-во провинции Сычуань, 2020. 224 с.

4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 5-е изд. М. : ЛКИ, 2008. 288 с.

5. Панченко Н. Н. Коммуникативный типаж «притворщик» // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2009. № 10 (148). С. 94–98.

6. Дубровская Е. М. Современное состояние теории лингвокультурных типажей // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. : Теория языка. Семиотика. Семантика. 2024. Т. 15, № 2. С. 394–414. DOI: 10.22363/2313-2299-2024-15-2-394-414

7. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М. : Гнозис, 2004. 390 с.

8. Дмитриева О. А. Лингвокультурный типаж с позиции культурных ценностей // Изв. Волгогр. гос. пед. ун-та. 2006. № 2 (15). С. 29–35.

9. 现代汉语词典 / 中国社会科学院语言研究所词典编辑室编. 第6版. 北京 : 商务印书馆, 2015. 1789 页. = Словарь современного китайского языка / сост. Лексикографический отдел Института языкознания Академии общественных наук Китая. 6-е изд. Пекин : Коммерческое изд-во (Шанъу иньшугуань), 2015. 1789 с.

10. 曹雪芹. 红楼梦 / 曹雪芹, 高鹗. 北京 : 中国华侨出版社, 2018. 949 页. = Цао Сюэцинь, Гао Э. Сон в красном тереме. Пекин : Хуацяо, 2018. 949 с.

11. 路遥. 平凡的世界. 北京 : 北京十月文艺出版社, 2017. 1264 页. = Лу Яо. Обыкновенный мир. Пекин : Октябрь, 2017. 1264 с.

12. 西周生. 醒世姻缘传. 北京 : 人民文学出版社, 2015. 1335 页. = Си Чжоу Шэн. Брачные узы, пробуждающие мир. Пекин : Изд-во народ. литературы, 2015. 1335 с.

13. 温端政. 中国俗语大辞典 / 温端政主编. 上海 : 上海辞书出版社, 2011. 1137 页. = Вэнь Дуаньчжэн. Большой словарь китайских пословиц и поговорок / гл. ред. Вэнь Дуаньчжэн. Шанхай : Шанх. изд-во лексикограф. литературы, 2011. 1137 с.