

*На правах рукописи*

*Цзоу Тяньци*

**Цзоу Тяньци**

**Языковые способы репрезентации образа Китая  
в русскоязычном сетевом дискурсе**

5.9.5 – Русский язык. Языки народов России

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Москва – 2023

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина» на кафедре общего и русского языкознания

**Научный руководитель:** доктор филологических наук, доцент  
**Китанина Элла Анатольевна**

**Официальные оппоненты:**

**Клушина Наталья Ивановна**, доктор филологических наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова», кафедра стилистики русского языка, профессор

**Ковтуненко Инна Викторовна**, доктор филологических наук, доцент, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет», кафедра прикладной конфликтологии и медиации, доцент

**Ведущая организация:** федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» (г. Томск)

Защита состоится «14» февраля 2024 г. в 12:00 ч. на заседании диссертационного совета, созданного на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина», по адресу: 117485, г. Москва, ул. Академика Волгина, 6.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина» и на официальном сайте: <http://www.pushkin.edu.ru/>.

Материалы по защите диссертации размещены на официальном сайте ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»: [https://www.pushkin.institute/sciences/dissovery/detail-element\\_id-32382/](https://www.pushkin.institute/sciences/dissovery/detail-element_id-32382/)

Автореферат разослан « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
доктор филологических наук



Китанина Элла Анатольевна

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертация посвящена исследованию особенностей языковых способов репрезентации образа Китая в российском сетевом дискурсе. Теоретические выводы исследования подтверждаются анализом эмпирического материала – текстов современного русскоязычного сетевого дискурса.

**Актуальность исследования** обусловлена, во-первых, интересом к Китаю и к китайцам в условиях глобализации и сотрудничества России и КНР, всё более тесного и разностороннего взаимодействия между двумя странами, стремительного развития информационных технологий. Сетевой дискурс в последнее время становится наиболее распространенным и даже авторитетным источником информации, эффективным средством формирования и демонстрации образа государства. Анализ русскоязычного сетевого дискурса и описание в нём Китая как страны и как государства позволяет сделать выводы об особенностях восприятия образа Китая, его культуры русскоговорящими пользователями. Во-вторых, существует необходимость определения, выявления и систематизации языковых средств русскоязычного сетевого дискурса, их лексико-семантические трансформации и возможности – это концептуальные и ориентационные метафоры, фразеологизмы, прецедентные феномены, жаргонная/просторечная лексика и другие языковые средства, участвующие в репрезентации образа Китая в русскоязычном сетевом дискурсе.

**Объектом** исследования выступает образ Китая, представленный в русскоязычном сетевом дискурсе.

**Предметом** исследования являются языковые средства репрезентации образа Китая в русскоязычном сетевом дискурсе.

Основная **цель** исследования – охарактеризовать особенности формирования образа Китая в российском социально-культурном пространстве и описать языковые способы и средства, используемые для репрезентации Китая в русскоязычном сетевом дискурсе.

Общая цель обуславливает постановку и решение следующих конкретных исследовательских задач:

- определить основные теоретические положения, связанные с понятиями «образ», «образ государства», «образ страны», «дискурсивные стратегии» и предложить расширенную трактовку данных понятий применительно к исследуемой проблематике;

- выявить общественно значимые тематические доминанты, их дискурсивный характер, а также языковые способы их репрезентации в русскоязычном сетевом дискурсе;

- выявить и систематизировать черты русской ментальности, базовые ценности русскоязычных адресантов/адресатов;

- проанализировать отражение оппозиции «свой»/«чужой» в русскоязычном сетевом дискурсе, транслирующем образ Китая;

- опираясь на выявленные языковые способы репрезентации Китая в русскоязычном сетевом дискурсе, доказать, что варьируется имиджевая оценка Китая как государства и как страны;

● провести социолингвистическое исследование (опрос/анкетирование) в русскоязычной аудитории интернет-пользователей.

**Теоретическую основу исследования** составляют:

труды по исследованию содержания категорий «образ», «образ государства» и «образ страны» (А. Вендт (A. Wendt), Г. Моргентау (Hans J. Morgenthau), Дж. С. Най (Joseph S. Nye), О. Холсти (O. Holsti), Р. Джервис (Robert Jervis), Р.К. Херман (R.K. Herrmann), а также труды китайских и российских учёных – Гуань Вэньху, Сунь Ючжун, Ли Чжи, Э.А. Галумов, И.Ю. Киселёв, Е.Б. Шестопад, Д.Н. Замятин и др.);

работы по описанию сетевого дискурса и сетевой коммуникации (Т.Ю. Виноградова, В.Г. Костомаров, В.И. Карасик, П.А. Катышев, Н.Г. Брагина, Э.А. Китанина, Г.Н. Трофимова, В.В. Богуславская, М.С. Милованова, С.В. ИONOва и др.), включая работы по теории дискурсивных стратегий (Т. ван Дейк, Р. Водак, П. Браун, С. Левинсон, О.С. Иссерс, Л.В. Цурикова, В.Е. Чернявская и др.);

труды по функционально-семантическим исследованиям (Н.А. Арутюнова, Т.В. Маркелова, А. Вежбицкая, В.Н. Телия, Ю.Д. Апресян, Е.М. Вольф, А.А. Ивина, Ю.Н. Караулов, Ю.Г. Степанов и др.);

работы российских исследователей по исследованию менталитета (А.Т. Хроленко, Б.П. Вышеславцев, В.А. Маслова, В.В. Колесов, Е.М. Масленникова, И.А. Ильин, М.В. Татаркина и М.К. Голованивская, Н.А. Бердяев, Н.О. Лосский, Н.Ф. Алефиренко, О.Н. Чарыкова, П.А. Флоренский, С.Л. Франк, С.Н. Булгаков, Т.А. Голикова, и Т.Б. Радбиль и др.);

работы российских исследователей по исследованию стереотипа (У. Липпман, В.В. Красных, И.В. Одарюк, О.В. Беловой, Е. Бартмицкий, О.А. Леонтович, А.В. Павловский и др. В.Г. Крысько, Л.П. Крысин и др.);

работы по теории концепта «свой»/«чужой» (А.Б. Пеньковский, В.Б. Иорданский, В.В. Иванов, В.Н. Топоров, Д.А. Добровольский, И.С. Выходцева, К. Леви-Стросс, Л.В. Балашова, М. Андрейчева, Т.Г. Стефаненко, Ю.М. Лотман, Ю.С. Степанов, В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин, Э.А. Китанина и др.).

**Материалом** исследования послужили тексты различных групп мессенджера «Телеграм» («Китайская угроза», «Китайский язык», «Китайский плакат», «Китайский Петербург», «Китай наизнанку» и др.). Кроме того, в рамках нашей заинтересованности были использованы комментарии к публикациям общедоступных каналов СМИ («Коммерсантъ» и др.). Использовались также комментарии к новостям китайских СМИ: «Синьхуа Новости», «Китай», «Россия-Китай: главное», «Китай/ знакомство с Поднебесной», представленные в российской соцсети «VK», а также материалы онлайн-блогов о Китае на сайте ЖЖ («Живой Журнал»). Тексты содержат лексические и/или фразеологические средства оценки, характеристики одной или нескольких сфер китайской действительности. Общее число – более 1100 сетевых контекстов.

В работе были применены следующие **методы исследования**: дефиниционный анализ, интерпретативный анализ, контекстуальный анализ, контент-анализ, социолингвистический метод, примененный для открытого опроса различных групп респондентов; элементы количественного анализа, интроспекция, метод лингвокультурологических истолкований, квантитативный

метод.

**Рабочая гипотеза** диссертационного исследования заключается в том, что, с одной стороны, в языковой картине мира выделяется концепт «образ государства», имеющий дискурсивную специфику, а, с другой стороны, существуют языковые особенности осмысления образа Китая как страны в современном русском сетевом дискурсе с позиции русскоязычного адресанта/адресата в лингвосоциокультурном аспекте.

Образ Китая, представляемый в русскоязычном сетевом дискурсе, носит интегративный характер и включает в себя соответствующие сегменты когнитивной матрицы сложного ономастического концепта. Семантически насыщенными сегментами матрицы являются основные языковые способы – концептуальные и ориентационные метафоры, лексемы с оценочной семантикой, фразеологизмы, пословицы и поговорки, китаизмы, прецедентные феномены, элементы просторечия и др.

**Новизна исследования** заключается в том, что: впервые установлены различия понятий «образ государства» и «образ страны» и охарактеризованы подходы к понятию «образ государства» в современной концепции; выделены тематические доминанты, формирующие когнитивные представления о Китае в современном русскоязычном сетевом дискурсе; определены основные особенности русского языкового менталитета, проявляющиеся при описании Китая в русскоязычном сетевом дискурсе; охарактеризована репрезентация Китая в корреляции с национальными ментальными установками «свой»/«чужой» с опорой на материалы русскоязычного сетевого дискурса; описаны языковые способы репрезентации Китая в русскоязычном сетевом дискурсе: лексемы с оценочной семантикой, метафоры, фразеологизмы, пословицы и поговорки, прецедентные феномены, заимствованные слова и элементы просторечия и др.

**Теоретическая значимость** исследования состоит в том, что в работе выявляются особенности языковой репрезентации Китая в русскоязычном сетевом дискурсе. Полученные результаты могут быть использованы для дальнейшего изучения вопросов, касающихся особенностей формирования образа другого государства в том или ином лингвосоциокультурном пространстве. Также полученные выводы развивают и дополняют исследования, посвященные анализу состояния современного русскоязычного сетевого дискурса.

**Практическая значимость** исследовательской работы заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы на лекциях и семинарах по лексикологии, лексикографии, межкультурной коммуникации, активным процессам в современном русском языке, социолингвистике, функциональной стилистике, интернет-лингвистике. Материалы также могут быть использованы на практических занятиях по основам дискурсивного анализа и анализа сетевых текстов, а также могут быть полезны специалистам в области журналистики.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Термины *страна* и *государство* несут в себе значительные различия в семантическом плане, поэтому понятия «образ государства» и «образ страны»

имеют различную структуру и механизмы формирования. В обыденном же сознании понятия «образ государства» и «образ страны» зачастую сходятся.

2. Образ Китая, представленный в русскоязычном сетевом дискурсе, можно представить семью тематическими доминантами: политика, экономика, отношения между Китаем и Россией, китайские технологии, китайцы, китайская культура и китайский язык. Для каждой доминанты характерны особые языковые способы репрезентации.

3. Отбор языковых способов репрезентации Китая демонстрирует трансформацию социальных стереотипов, нравственных оценок у целевой аудитории. Такими языковыми способами в русскоязычном сетевом дискурсе выступают: лексемы с оценочной семантикой, метафоры, фразеологизмы и пословицы и поговорки, прецедентные феномены, заимствованные слова, элементы просторечия и др.

4. Российские сетевые тексты не только транслируют информацию о Китае, но и выражают оценочное позиционирование – с преобладанием положительного отношения и даже восхищения (или удивления) всем, что связано с Китаем. К частотным проявлениям русского языкового менталитета при описании Китая можно отнести: а) акцентирование внимания не на предмете, а на событии в целом, на характеристике действия или состояния, а не на его субъектах, т.е. на связях и отношениях между явлениями, б) приоритет духовного начала, в) тенденцию к фиксации различных крайностей и взаимоисключений, г) абсолютную лояльность к действиям государства и власти, д) агрессивный культ силы и др.

**Апробация результатов исследования.** Основные результаты диссертационного исследования были представлены на международной научно-практической конференции «Слово и культура без границ: аксиологический аспект» (Владивосток, ДВФУ, 2022); X международной научно-практической конференции «Гуманитарные технологии в современном мире» (Калининград, 2022); I международной научно-практической конференции «Чтения имени А.С. Дембовецкого» (Могилев, 2022); национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием «Коммуникация – Общество – Человек» (Ярославль, 2022); международной научной конференции «Современная российская аксиосфера: семантика и прагматика идентичности» (Москва, 2022); международной мультидисциплинарной конференции «Филологическое знание в современном мире: взгляд из России и Индии» (Нью-Дели, 2022); VI международной научно-практической конференции «Новый мир. Новый язык. Новое мышление» (Москва, дипломатическая академия МИД России, 2023); всероссийской научной конференции с международным участием «Русский язык в современном научном и образовательном пространстве» (Москва, РУДН, 2023); VII Международной научной конференции «Язык в координатах массмедиа» (СПбГУ, 2023). По теме диссертации опубликовано 11 статей (из них три статьи в рецензируемых периодических научных изданиях, рекомендуемых ВАК РФ).

Структура работы: диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы, словарей и энциклопедий, списка источников материала.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность выбранной темы, определяются цель, задачи, объект, предмет, материал исследования, выделяются методы исследования и его теоретическая основа, формируются гипотеза и научная новизна диссертации, представляются теоретическая и практическая значимость диссертации, а также обозначаются положения, которые выносятся на защиту.

В **Главе 1 «Образ государства как объект научного исследования»**, представленной 4 разделами, излагаются теоретические основания работы, описываются ключевые направления и исследовательские подходы к изучению понятий «образ», «образ государства» и «образ страны» в отечественных и зарубежных научных работах, а также рассматриваются специфика, дискурсивные стратегии и оценочная семантика репрезентации образа Китая.

В разделе **«1.1.Интерпретация понятий «образ государства» и «образ страны»»** дан теоретический обзор современных подходов к понятиям «образ», «образ государства» и «образ страны» в России и за рубежом.

Этимологические и толковые словари разных языков предлагают различные интерпретации понятия *образ*. Слово *образ* в рассматриваемом нами значении является частью терминологического аппарата имиджологии. Чтобы лучше представить его семантику, была рассмотрена интерпретация данного термина в различных областях науки, таких как философия, языкознание, дискурс-анализ и так далее.

В древности, и в наши дни как в Китае и в России, так и на Западе под *образом* исследователи понимают материальное и духовное единство, которое проникает в мышление и сознание, воспринимается, распознается и влияет на эмоции и поведение людей. *Образ* не только имеет объективную основу, но и отражает духовную деятельность людей. Иначе говоря, он является ментальным объектом, а не просто копией реальности. Необходимо подчеркнуть, что именно это обстоятельство – взаимосвязь и зависимость *образа* от особенностей духовной деятельности человека – лишает это понятие теоретической чёткости и однозначности. И наличие понятий, омонимичных и синонимичных понятию *образ* – *имидж (image)*, *бренд* и др. – создаёт лишь дополнительные трудности в толковании смысла этого явления. Этот вывод применяется в отношении понятий «образ государства» и «образ страны». Единственное, что отчасти «дисциплинирует» и способствует формализации содержания этих понятий, это рассуждения в конкретном, политологическом аспекте, когда определяются исследовательские направления в изучении «образа государства (политико-психологическое, культурологическое, маркетинговое (экономическое), медийное, социологическое, дискурсионное)»<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Гравер А.А. Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования / А.А. Гравер // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2012. № 3 (19). С. 29-45.

Сначала обращается к описанию сущностных характеристик понятий *государство* и *страна*. *Государство* в Современном толковом словаре русского языка определяется как: «1. Политическая форма организации общества, осуществляющая управление обществом, охрану его экономической и социальной структуры. 2. Страна с определённой политической системой. Система органов управления в такой стране. 3. перен. Что-либо крупное, значительное, занимающее большую территорию и отличающееся определённой обособленностью, самостоятельностью. Место обитания, распространения, преобладания кого-либо или чего-либо»<sup>2</sup>. Понятие *страна* в Современном толковом словаре русского языка дефинируется как: «1. Территория, имеющая собственное государственное управление или управляемая другим государством. 2. Местность, территория»<sup>3</sup>.

Слово *государство* приобретает много значений, в отличие от слова *страна*. В современной науке исследователи учитывают, что *государство* в широком смысле является синонимом *страны* и «в таком аспекте включает в себя территорию, проживающее на ней население, полезные ископаемые и т.п.»<sup>4</sup>, в узком же смысле понимается как «совокупность органов управления обществом, как значительная (важная) часть политической системы общества»<sup>5</sup>.

Именно политический аспект в толковании понятия «образ государства» помогает разделить, конкретизировать содержание категории *государство* и отделить её от категории *страна*. Государство представляет собой особую организацию политической власти, обладающую специальным механизмом, системой органов и учреждений, непосредственно управляющих обществом. Государство сосредоточивает в себе три ветви власти – законодательную, исполнительную и судебную, которые реализуются через представляющие их политические институты<sup>6</sup>. В такой трактовке термин *государство* не связывается с термином *страна*, а скорее отождествляется с термином *власть*. В.И. Карасик и Э.А. Китанина уточняют понятие *власть*: «в понятийном плане власть представляет собой принуждение и включает: 1) условие (силу, авторитет, традицию или закон); 2) борьбу за получение и удержание власти; 3) проявление власти (лица или организации, наделенные властью, сферы ее применения и степень принуждения); 4) ее оценку (справедливая/несправедливая, жестокая/милосердная, эффективная/неэффективная)»<sup>7</sup>.

Некоторые российские учёные рассматривают понятия «образ страны» и «образ государства» в качестве синонимичных. Например, Э.А. Галумов (2004), Ю.Б. Кашлев (2003), Л. А. Соколова-Сербская (2007) и др. Тем не менее, немало учёных настаивают на разграничении понятий «образ государства» и «образ

<sup>2</sup> Современный толковый словарь русского языка / [гл. ред. С. А. Кузнецов]. Москва : Рипол-Норинт ; Санкт-Петербург : Рипол-Норинт, 2008. 959 с.

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Фролов Е.В. Политический имидж институтов государственной власти России: Современное состояние и перспективы совершенствования: диссертация ... кандидата политических наук: 23.00.02 / Евгений Владимирович Фролов – Москва, 2005. 171 с.

<sup>5</sup> Там же.

<sup>6</sup> Медведева Н.Н. Внешнеполитический имидж России в контексте развития отношений с Европейским Союзом: диссертация ... кандидата политических наук: 23.00.04 / Медведева Наталья Николаевна. – Москва, 2008. – 193 с.

<sup>7</sup> Карасик В.И., Китанина Э.А. Аксиология власти в русской лингвокультуре / В.И. Карасик, Э.А. Китанина // Русистика. 2023. №1. С. 97–110.



страны» – Е. В. Фролов (2006), И.В. Лябухов (2011), Ю.В. Быба (2005), Н.Н. Медведева (2008), А.В. Селезнёва и Н.В. Смутькина (2018) и др. Термины *страна* и *государство* несут в себе значительные различия в семантическом плане, поэтому понятия «образ государства» и «образ страны» имеют различную структуру и механизмы формирования. В обыденном же сознании понятия «образ государства» и «образ страны» зачастую сходятся.

В разделе **«1.2. Характеристики понятия «образ государства»: современные концепции»** проанализированы особенности образа государства (современные концепции).

Понятие «образ государства» является абстрактным понятием, включающим конкретное содержание. Лексема образ государства является частью терминологического аппарата многих наук, таких как история, политика, экономика, коммуникация и т. д. Каждая из них определяет образ государства по-своему. Так как изучаемый термин является междисциплинарным, рассмотрено его определение в разных науках.

В конце 50-х годов XX века американский учёный Кеннет Боулдинг (K.E. Boulding), являвшийся ведущим западным учёным в области экономики, первым выдвинул теорию «образа государства». В более поздние годы ее развивали многие исследователи, среди них – Дж. С. Най (Joseph S. Nye), А. Вендт (A. Wendt), Г. Моргентау (Hans J. Morgenthau), Р. Джервис (Robert Jervis), Р.К. Херман (R. K. Herrmann), О. Холсти (O. Holsti), а также китайские и российские специалисты Гуань Вэньху, Сунь Ючжун, Ли Чжи, Э.А. Галумов, И.Ю. Киселев, Е. Б. Шестопап, Д. Н. Замятин и др.

Некоторые учёные предлагают рассматривать образ государства как теорию «мощи». Так, К. Боулдинг приводит следующее определение образа: «общая когнитивная, аффективная и оценочная структура единицы поведения, или ее внутреннее представление о себе и своей вселенной»<sup>8</sup>.

В дополнение к определению К. Боулдинга рассмотрены другие характеристики образа государства, выделенные различными учёными. Некоторые исследователи отмечают, что образ государства идентичен (И.Ю. Киселев, Ли Чжи). О.Р. Холсти (Ole R. Holsti)<sup>9</sup> понимает «систему веры» (belief system) как мировоззрение, а образ государства – как часть системы веры. Среди научных работ, посвященных образу государства, присутствует ряд трудов, в которых данный термин понимается как своего рода оценка государства или его совокупной мощи. Некоторые учёные<sup>10</sup> определяют образ государства с точки зрения маркетинга. Отмечается связь некоторых трудов, посвященных образу государства, с теорией международных отношений. Этой теме посвящали свои работы Р.К. Херман (R. K. Herrmann) и О. Холсти (O. Holsti). Херман (R.K. Herrmann) пишет, что в рамках теории международных отношений понятие образа государства состоит из трёх важных компонентов: «(1) воспринимаемые

<sup>8</sup> Boulding K.E. “National Images and International Systems” / K.E. Boulding // The Journal of Conflict Resolution, Vol. 3, No. 2, 1959.

<sup>9</sup>Holsti O.R. The Belief System and National Image: A Case Study/ O.R. Holsti // Journal of Conflict Resolution. 1962. Vol. 6. P. 244–252.

<sup>10</sup> Ming-Huei Hsieh, Shan-Ling Pan. ... Product-, Corporate-, and Country-Image Dimensions and Purchase Behavior: A Multicountry Analysis / Ming-Huei Hsieh, Shan-Ling Pan. ... // Journal of the Academy of Marketing Science. Volume 32, No. 3, pages 251-270.

относительные возможности другого субъекта, (2) воспринимаемая угроза и/или возможности, которые представляет другой субъект, и (3) воспринимаемая культура другого субъекта»<sup>11</sup>.

Большое количество политологов утверждает, что престиж и репутация (reputation) относятся к образу государства. Ганс Моргентау (Hans J. Morgenthau) указывает на то, что «государство как отдельный человек инстинктивно стремится к престижу»<sup>12</sup>. Некоторые учёные исследуют образ государства в рамках политической психологии. В этом направлении при определении образа государства западный учёный Роберт Джервис (Robert Jervis)<sup>13</sup> использует психологические теории когнитивной согласованности и когнитивного диссонанса.

В настоящее время в разных науках существуют разные дефиниции образа государства. Большинство из них рассматривают образ государства, с одной стороны, как отражение идентичности народа, населяющего государство, и, с другой – как внешнюю или внутреннюю оценку этого государства. Образ государства может формироваться стихийно – как результат деятельности граждан государства, не преследующей цели представить родину в определённом свете, – и целенаправленно – как результат работы журналистов и имиджмейкеров. В данном исследовании в центре внимания будет образ, складывающийся на основе высказываний носителей русского языка в сетевом дискурсе.

В разделе **«1.3. Основные дискурсивные стратегии при вербализации образа Китая»** анализируются основные дискурсивные стратегии и эволюция изучения образа Китая в российской лингвистической науке.

При анализе текстов о Китае опирались на понятие «дискурсивные стратегии», описываемое в работах Т. ван Дейка, Р. Водака, П. Брауна, С. Левинсона, О.С. Иссерса, Т.В. Лариной, Л.В. Цуриковой, В.Е. Чернявской и др. исследователей.

Дискурсивные стратегии также могут определяться как «понятие высшего уровня коммуникативной иерархии»<sup>14</sup>, кроме того, «стратегия соотносит цель и возможные средства её достижения»<sup>15</sup>. Важной целью дискурсивных стратегий является приспособление к модели мира реципиента. Адресант вводит в коммуникацию собственное понимание вопросов, тем, событий, образов и т.д. и использует реализации коммуникативной интенции и ясного выражения смысла речевого произведения. Таким образом, дискурсивные стратегии – это совокупность речевых актов, используемых для решения коммуникативных задач говорящего.

В понимании Л.В. Цуриковой дискурсивные стратегии – это «потенциально возможные интерактивные способы осуществления коммуникативно значимых

<sup>11</sup> Herrmann R.K. Images in International Relations: An Experimental Test of Cognitive Schemata / Herrmann R.K. // International Studies Quarterly, Vol. 41, No. 3, 1997.

<sup>12</sup> Morgenthau Hans J. Politics among Nations / Morgenthau Hans J. // New York: Alfred A. Knopf, 1949.

<sup>13</sup> Robert Jervis, Perception and Misperception in International Politics/ Robert Jervis // Princeton: Princeton University Press, 1976.

<sup>14</sup> Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учебн. Пособие / В.Е. Чернявская. – М.: Флинта; Наука, 2006. – 136 с.

<sup>15</sup> Там же.

действий в дискурсе и языковые способы их выражения»<sup>16</sup>. По мнению Л.В. Цуриковой дискурсивные стратегии характеризуются и как «позитивные», и как «негативные»; смягчающие и усиливающие иллокутивную силу соответствующего речевого акта; эксплицитные и имплицитные; «прямые» и «косвенные»<sup>17</sup>. Мы предлагаем применить данные характеристики для исследования образа Китая в российском современном сетевом дискурсе.

Понятие «образ Китая» закрепилось в научной литературе в XX в., однако ещё задолго до его появления россияне писали о Китае в книгах, очерках и заметках. До появления СМИ литература, содержащая описания Китая, была важнейшим источником знаний о нём. Записи о Китае по-прежнему представляют большой интерес для исследователей политики и культуры, поскольку отражают особенности восприятия Китая россиянами в разное время.

Поскольку Российская империя стремилась к расширению территорий в Сибири и на Дальнем Востоке, две империи наконец встретились в долине реки Хэйлунцзян, и отношения между ними постепенно укрепились. Только в XVII веке в Пекин прибыли русские православные миссионеры, такие как «И. Петлин (1618), П. Ярыжкина и С. Аблина, Ф.И. Байкова (1654-1656), И. Перфильева и С. Аблина (1657), И. Милованова (1670), Н.Г. Спафария (1675-1676), Н. Венюкова и И. Фаворова (1685-1686), И. Идеса (1692)» и т.д.<sup>18</sup>, а в XVIII веке не только в России, но и в Европе стал процветать «псевдокитайский стиль» (*chinoiserie*), и образ Китая в России постепенно создавался и прецизировался.

В XVIII веке, во времена Екатерины II, русские представляли Китай как место, где рождаются философы, «цари – мудры, законы – совершенны, а страна процветает»<sup>19</sup>. Это было связано с тем, что Россия в то время стремилась к культурному самосознанию, и ее культурная ориентация и социальный этос находились под влиянием западной культуры. В XIX веке во всей Европе, и в России в частности, общественность разделилась на два лагеря – на тех, кто восхищался необычностью китайской культуры и её достижениями, и тех, кто не воспринимал Китай из-за его «непохожести» на европейские государства. Столкновение двух этих позиций наиболее ярко можно отражено в известном споре русского философа Н.Я. Данилевского (2008) и русского историка Вл. Соловьёва (1914).

В XXI веке сведения о том, как презентуется образ Китая в российских СМИ в последние два десятилетия, можно встретить у многих исследователей и авторов – российских и китайских. Исследованию образа Китая посредством СМИ был посвящен ряд диссертационных работ: на материале английских СМИ: В.И. Исаченко (2005), О.Н. Сорокина (2007), П.Г. Кошкин (2016) и др.; на материале российских СМИ: Ши Ся (2008), Лю Юаньюань (2010), Цзинцзин Цзинь (2016), Шао Дэвань (2017), Ван Сюя (2012), Ду Цюаньбо (2012), Го

<sup>16</sup> Цурикова Л.В. Дискурсивные стратегии как объект когнитивно-прагматического анализа коммуникативной деятельности / Л.В. Цурикова // Вопросы когнитивной лингвистики. 2007. №4. – [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnye-strategii-kak-obekt-kognitivno-pragmaticheskogo-analiza-kommunikativnoy-deyatelnosti> (дата обращения: 30.04.2023).

<sup>17</sup> Там же.

<sup>18</sup> Лукин А.В. Медведь наблюдает за драконом: образ Китая в России в XVII-XXI веках / А.В. Лукин. – Москва: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 598 с.

<sup>19</sup> Там же.

Лицзюнь (2019), Ю.Г. Благодер (2019), Чэн Юйсяо (2020), М.Д.Лагуткина (2022), Му Юйси (2022) и ряда других учёных.

На сегодняшний день основным каналом получения информации о Китае является Интернет. Очевидно, что русскоязычный сетевой дискурс оказывает непосредственное влияние на восприятие образа Китая широкой общественностью и является одним из важнейших каналов формирования образа Китая в сознании россиян. В настоящее время сетевой дискурс становится наиболее авторитетным источником информации, выступая в качестве основного средства передачи образа государства и играя важную роль в его формировании. Осведомлённость россиян о Китае и жизни китайского народа не просто выросла, но качественно изменилась в лучшую сторону.

В разделе «**1.4. Оценочная семантика при вербализации образа Китая в официальных источниках**» анализируются понятия *оценка* и *оценочность*, языковые способы и средства, реализующие оценочность.

Категория оценки привлекает внимание и лингвистов. Языковое выражение оценочных значений исследуется в работах многих ученых (Н.А. Арутюнова, Т.В. Маркелова, А. Вежбицкая, В.Н. Телия, Ю.Д. Апресян, Е.М. Вольф, А.А. Ивина, Ю.Н. Караулов, Ю.Г. Степанов и др.).

В.В. Квашина предлагает «семантическую категорию оценки <...> называть оценочностью, поскольку этот термин обладает, во-первых, достаточной степенью абстрактности, во-вторых, необходимой краткостью и, в силу этого, удобным в употреблении, в-третьих, позволяет отличать оценку как семантическую категорию от логического и онтологического толкований»<sup>20</sup>.

Следуя этому положению, можно выделить лексемы с положительной, отрицательной и нейтральной оценкой. В настоящей работе категория *оценочности* подробно рассматривается на лексическом уровне, так как исследуются проявления разной *оценочности* в текстах официальных источников о Китае, таких как «Коммерсантъ», «АиФ», «Московский Комсомолец», «РБК» и др.

В российских официальных источниках о Китае нередки прецедентные имена китайского литературного происхождения, выражающие негативную оценочность, например:

*В Китае есть эпос «Троецарствие». Там три царя борются друг с другом, плетут интриги, устраивают заговоры. Каждый стремится к господству над другими. Эта картина созвучна с тем, что происходит сейчас. По разным прогнозам(не только нашему) основными действующими игроками XXI века станут те цивилизации, у которых будет ВВП свыше 20 трлн долларов и население более 400 млн человек. Кто же это? Первый игрок – США с её «провинциями» Мексикой и Канадой, второй – Китай, третий – Евросоюз.* (Коммерсантъ, Дмитрий Писаренко, 26.06.2022)

В примере использована метафора. Основой для метафорического переноса являются названия трёх государств – Цао Вэй, Шу Хань, Восточное У. Эти названия взяты из китайского классического произведения «Троецарствие». В

<sup>20</sup> Квашина В.В. Оценочность как языковая категория в современной лингвистике // ИСОМ. 2013. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenochnost-kak-yazykovaya-kategoriya-v-sovremennoy-lingvistike> (дата обращения: 04.09.2023).

современном медийном тексте они используются для того, чтобы представить характер отношений между США, Китаем и Европой.

Русскоязычные медиатексты официальных источников содержат не только информацию о Китае, но и демонстрируют оценочное отношение к Китаю посредством лексических единиц, в которых заложены лингвокультурные коды, позволяющие глубже проникнуть в смысл медиатекста. Кроме того, формирование образа Китая включает использование языковых средств: метафор, фразеологизмов, прецедентов, заимствований и др. Тексты официальных источников о Китае являются наиболее нормативными и литературными. Ниже рассматривается русскоязычный сетевой дискурс.

**В главе 2 «Тематические доминанты о Китае в сетевом сообществе»** предпринимается попытка исследовать и описать тематические доминанты о Китае в русскоязычном сетевом дискурсе: политика, экономика, отношения между Китаем и Россией, китайские технологии, китайцы, китайская культура и китайский язык.

В разделе «**2.1. Тематическая доминанта – политика**» рассматриваются языковые способы, которые используются для описания тематической доминанты «политика».

Тематическая доминанта «политика» содержит в российском современном сетевом дискурсе как мелиоративную, так и пейоративную оценку пользователей. На первый план выступает оценочное позиционирование Китая как организованного, дисциплинированного, единого, рационального государства, например: *Высокоорганизованная страна, растёт сильное поколение. За ними мировое господство и будущее* (Здесь и далее – пунктуация и орфография автора сохранены; Андрей Березовский, 16.12.2021). В Толковом словаре русского языка С.И. Ожегова лексическое значение этого слова определяется следующим образом: **организованный** – «1. Обладающий организацией, сплочённый. 2. Планомерный, отличающийся строгим порядком. 3. Дисциплинированный, действующий точно и планомерно»<sup>21</sup>. Посредством анализа несложно обнаружить, что отношение в данных контекстах к китайской политике представлено такой мелиоративной лексемой, как *высокоорганизованный* – лексема выражает одобрение китайской системы управления. В указанных контекстах с помощью лексических средств русскоговорящие адресанты транслируют мелиоративную оценку образа Китая.

В примере ниже мелиоративная оценка лексемы проецируется на отношение к китайской политике и эксплицируется через онтологическую (антропоморфную) метафору, например: *Китай - сила! Возле сильного партнёра не грешно и собратиться!* (Сергей Ярцев, 15.02.2023). Сфера-источник *сила* указывает на мнение о том, что политические успехи внутри Китая отнесены к заслугам сильного китайского государства.

Подход к характеристике фразеологизмов осуществляется с точки зрения В.В. Виноградова и Н.М. Шанского, различавших фразеологические сращения,

<sup>21</sup> Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов; под ред. проф. Л.И. Скворцова. – 28-е изд., перераб. – М.: Мир и Образование, 2016. – 1376с.

фразеологические единства, фразеологические сочетания<sup>22</sup> и фразеологические выражения (пословицы, поговорки и крылатые слова и др.)<sup>23</sup>. Например: *Думаю Китай не мы, они зря слов не бросают... это мы все грозим и ничего не делаем.... Даже при Хрущеве СССР боялись.....* (Марина Якимова, 28.02.2023); В Большом фразеологическом словаре русского языка дано следующее определение: **слова на ветер бросить** – «говорить впустую, необдуманно или безответственно»<sup>24</sup>.

В приведённом примере вербализация тематической доминанты «политика» реализуется с помощью фразеологизма *слова на ветер бросить*. В высказывании фразеологизм *слова бросать на ветер* с отрицательной частицей «не» характеризует подход Китая к политике как ответственный и серьёзный, транслирует мелиоративную оценку.

В разделе «2.2. Тематическая доминанта – экономика» анализируются лексемы с оценочной семантикой, метафоры, заимствования, прецедентные феномены, просторечия и фразеологизмы, используемые в русскоязычном сетевом дискурсе для описания китайской экономики.

Тематическая доминанта «экономика» представлена как с мелиоративной, так и с пейоративной оценкой. Сначала рассматриваются лексемы, имеющие положительную оценочность, например: *Всё по плану! Видим, что их план на прогресс, а не на регресс. В добрый путь!* (Сергей Ярцев, 01.03.2023); *Китай - лидер во всём, но почему не в возобновляемых источниках энергии? Странно как то* (ОКТАМ ALIKULOV, 22.12.2020). В приведённых сетевых текстах экономической тематики доминанта реализуется посредством семантики таких лексем, как *прогресс* и *лидер*. Устанавливается её значение в Толковом словаре русского языка С.И. Ожегова: **прогресс** – «Поступательное движение вперёд, улучшение в процессе развития»<sup>25</sup>; **лидер** – «1. Глава, руководитель политической партии, общественно-политической организации. 2. Тот, кто идёт первым в спортивном состязании. <...>»<sup>26</sup>. В приведённых примерах лексемы *прогресс* и *лидер* демонстрируют положительное отношение адресантов к китайской экономической системе, содержат в своей семантике эмоции удивления, одобрения.

Использование структурных метафор в тематической доминанте «экономика» позволяет более детально представить многие понятия и наиболее чётко передать отношение адресантов к китайской экономической системе, например: *Китай сильно поменялся даже за 10 лет, что было в прошлом остается в прошлом, все это как из разряда "в России у каждого дома есть ручной медведь" и прочие мифы.* (Че, 20.08.2022); *Пузырь китайской экономики сдувается* (Aftershock\_1, 16.05.2022). Лексеме **миф** в Толковом словаре русского

<sup>22</sup> Виноградов В.В. Лексикология и лексикография / В.В. Виноградов; [Отв. ред. и авт. предисл. В.Г. Костомаров; АН СССР, Отд-ние литературы и яз.]. – Москва: Наука, 1977. – 312 с.

<sup>23</sup> Шанский, Н.М. Фразеология современного русского языка [Текст] / Н. М. Шанский. 4-е изд., испр. и доп. - СПб.: Специальная литература, 1996. – 192 с.

<sup>24</sup> Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий / Отв. Ред. В.Н. Телия. – Москва: АСТ–ПРЕСС ШКОЛА, –2023. – 784 с.

<sup>25</sup> Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов; под ред. проф. Л. И. Скворцова. – 28-е изд., перераб. – М.: Мир и Образование, 2016. – 1376с.

<sup>26</sup> Там же.

языка С.И. Ожегова даётся следующее толкование: «1. Древнее народное сказание о легендарных героях, богах, о происхождении явлений природы. 2. *перен.* О недостоверном рассказе, выдумке»<sup>27</sup>. При анализе сферы-источника *миф* становится очевидно, что китайская экономика в данном примере представляется нереальной, выдуманной. Согласно определению в книге «Русская мысль и речь. Свое и чужое. Опыт русской фразеологии» М.И. Михельсона, что «**пузырь** (мыльный) – иноск. временно блестящее, обратившееся в ничто – пустое, безрезультатное»<sup>28</sup>. При рассмотрении значения сферы-источника *пузырь* обнаруживаем, что китайская экономика понимается русскоязычными адресантами как нечто неудачное, имеющее преходящий успех.

Также для реализации тематической доминанты «экономика» могут использоваться прецедентные ситуации, например: *Александр III: Россия огромная, нашей огромности боятся! (Европа имелось в виду) Сейчас Китай стал огромным и боится уже мы... Зеркалочка налицо* (Владимир Седов, 23.03.2023). В приведённом примере, благодаря отсылке к другому историческому периоду с помощью прецедентного имени и высказывания, подчёркивается значимость численности населения и воздействие политической мощи Китая. Данная прецедентная ситуация относится к процветающей эпохе в Российской империи во время правления Александра III. То время известно как период экономического доминирования Российского государства на Западе. Использование такой прецедентной ситуации намекает на перераспределение геополитических центров в современном мире.

В современных русскоязычных сетевых текстах для представления тематической доминанты «экономика» используется просторечие, например: *Китай вообще как барыга перекуп задешево ресурсы скупать. Он автозавода в рф в отличие от ес и сша ни одного не построил. Н единой технологии не дал. Инновационные вагоны и подшипники, поезда ласточки все от ес и сша, технологии ремонта. А Китай нет, даже свою худшую не даёт технологи* (Nikita, 09.04.2023). По словарю С.И. Ожегова лексема **барыга** – «перекупщик, спекулянт, барышник»<sup>29</sup>.

В разделе «2.3. Тематическая доминанта – отношения между Китаем и Россией» фокус исследовательского внимания переводится на выявление способов представления отношений между Китаем и Россией, уделяется внимание коммуникации носителей русского языка в русскоязычном сетевом дискурсе.

В русскоязычном сетевом дискурсе можно обнаружить такой пример отношений Китая и России, например: *У Китая один друг – Китай. Все остальные «инвестиции» много прибыльные и менее прибыльные. Корова не друг доярке.* (Timur Kalmanov. 22.02.2023)

Сопоставление *коровы* и *дойarki* имеет своей целью демонстрацию серьёзных различий между Китаем и Россией – в размерах и мощи, в

<sup>27</sup> Там же.

<sup>28</sup> Михельсон М.И. Русская мысль и речь: свое и чужое: опыт русской фразеологии: сборник образных слов и иносказаний / М.И. Михельсон. – Посмертное изд. - Санкт-Петербург: Тип. АО "Брокгауз - Ефрон", 1912. - XII, 1046, 103 с.

<sup>29</sup> Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов; под ред. проф. Л. И. Скворцова. – 28-е изд., перераб. – М.: Мир и Образование, 2016. – 1376с.

соответствии с первой антонимической оппозицией, и в соотношении понукаемый-понукающий, в соответствии с парой корова-дойрка.

В то же время мелиоративная оценочная семантика может эксплицироваться в структурной метафоре. Так, государства предстают в образе близких людей – эта метафора реализуется с помощью лексемы *братья*, например: *Китайская экспансия в силе? Теперь Россия младший брат. В СССР было наоборот* (Наталия Власова, 23.03.2023). Значительное количество сферисточников в сетевом дискурсе связано с составом семьи. Метафора определяет Китай как члена семьи (брата), а также передаёт значение близких отношений между Китаем и Россией.

В разделе «**2.4. Тематическая доминанта – китайская технология**» выясняется оценка китайской технологии в русскоязычном сетевом дискурсе.

Репрезентация китайской технологии имеет в русскоязычном сетевом дискурсе мелиоративную и пейоративную оценку. «По лексическому значению прилагательных «тряпичный», «низкий», «хлипкий», «сомнительный» и словосочетаний «низкая себестоимость продукции», «разваливающиеся кроссовки» и «одежда с логотипами западных брендов» можно проследить пейоративные коннотации текста социальной сети VK»<sup>30</sup>.

Кроме данных лексем в репрезентации китайской технологии участвуют и лексемы с низкой качественной особенностью, например: *Кто бы сомневался, китая это страна с вымышленным производством и промышленностью, с некачественными третьесортными одноразовыми товарами, потёмкинская деревня, фанерный дракон* (La Da, 18.10. 2022). В Словаре русского языка в четырёх томах лексическое значение этих лексем определяется следующим образом: **третьесортный** – «Принадлежащий, относящийся к третьему сорту. Разг. Невысокого качества, весьма посредственный»<sup>31</sup>; в Толковом словаре русского языка **одноразовый** – «пригодный для использования только один раз; совершаемый лишь один раз»<sup>32</sup>.

В приведённом тексте репрезентация китайского производства осуществляется с помощью прилагательных *третьесортный, одноразовый*, что подчёркивает низкое качество китайской продукции, эти лексемы имеют пейоративную коннотацию. Вместе с тем в репрезентации китайских технологий участвуют и лексемы с мелиоративной оценочностью, например: *Скоро китайские автомобили станут лучше немецких* (Янина Рощина-Барановская. 20.05.2021).

В разделе «**2.5. Тематическая доминанта – китайцы**» были выявлены языковые средства, характеризующие способы репрезентации китайцев в русскоязычном сетевом дискурсе, – лексико-семантическая трансформация и тесно с ней связанная лексическая сочетаемость, а также метафоры, фразеологизмы и др.

<sup>30</sup> Китанина Э.А., Цзоу Тяньци. Интерпретация образа Китая в социальной сети VK // Слово и культура без границ: аксиологический аспект: сборник статей – Владивосток: Изд-во Дальневост. федерал. ун-та, 2022. С.180–186.

<sup>31</sup> Словарь русского языка: В 4-х т./ АН СССР, Ин-т рус. яз.; под ред. А.П. Евгеньевой. – 3-е изд., стереотип. – М.: Русский язык, 1985–1988.

<sup>32</sup> Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов; под ред. проф. Л. И. Скворцова. – 28-е изд., перераб. – М.: Мир и Образование, 2016. – 1376с.



Образ китайцев имеет в русском языковом менталитете мелиоративную и пейоративную оценку. На первый план выступает оценочное позиционирование китайцев как трудолюбивых людей, например: *Китай самый трудовой народ, здесь безработица не простительно, а Япония самый ленивый вот толкает прогресс для автоматизации!* (Куаныш Тукеев, 17.06.2021); *Китай вообще народ мне кажется терпеливый и работающий всё смогут браво молодцы* (Хозяинова Юлия, 15.04.2021); *Китайцы мирный и трудолюбивый народ!* (Павел Михайлов, 11.02.2023).

В приведённых текстах китайцев представляют с помощью набора лексем, семантически связанных со словом *труд* (*самый трудовой народ, работающий, трудолюбивый*) и выражающих уверенность в том, что успехи жителей Китая выглядят несомненными. Следовательно, в указанных текстах с помощью лексических средств русскоговорящие адресанты транслируют мелиоративную оценку.

В разделе «**2.6. Тематическая доминанта – культура**» исследованы языковые способы репрезентации культурных реалий Китая. В современных китайско-русских языковых контактах влияние слов китайского происхождения, входящих в активный запас русского языка, постепенно расширяется. Следует отметить, что растущий в последние годы интерес к Китаю обеспечивает появление в русском языке все большего числа китаизмов и усиление влияния китайского языка на русскую лексику. Как известно, с начала 1990-х годов по настоящее время, Китай и Россия осуществляют беспрецедентно тесные обмены и контакты в политической, экономической и культурной сферах, а Китай демонстрирует свою силу как великая держава. Китайская лексика, представляющая уникальные культурные особенности Китая, все больше интегрируется в лексикон русского языка, становится известной и активно используемой россиянами.

Многие встретившиеся в русскоязычном сетевом дискурсе лексемы пришли в русский язык. Это касается названий культурных реалий. *Юань, фэншуй, кунфу* – это слова, уже давно присутствующие в русском языке. Они относятся к пласту непереводаемой лексики, что, конечно, увеличивает вероятность и частотность их употребления, особенно в тематических текстах в веб-каналах.

Появление заимствований в русском языке является неизбежным следствием китайско-русских политических, экономических и языковых контактов. Чем теснее становятся дипломатические отношения Китая и России, тем больше новых китаизмов появляется в русском языке, который, в свою очередь, позволяет китайским заимствованиям попадать и в другие языковые системы.

Раздел «**2.7. Тематическая доминанта – китайский язык**» посвящен анализу оценочного позиционирования китайского языка в современном сетевом дискурсе.

Наиболее интересными из встретившихся нам в некоторых текстах являются лексемы, используемые для описания китайского языка как *сложного для изучения*, например: *Учить китайский язык трудно? я вот от этих иероглифов боюсь разбегаются глаза тупо* (Сания Омарова, 07.07.2021);

Устойчивому выражению *глаза разбегаются* во Фразеологическом словаре русского литературного языка даётся следующее толкование: «кто-либо не может сосредоточить взгляд на чём-либо от разнообразия впечатлений»<sup>33</sup>. При анализе данного текста становится очевидно, что китайский язык представляется пугающе непонятным и сложным по своей структуре (наличие большого количества черт в иероглифах).

Таким образом, для анализа было использовано 272 фрагмента текстов о Китае, в которых целостный образ Китая представлен в российских сетевых текстах семью основными тематическими доминантами – политика, экономика, отношения между Китаем и Россией, китайские технологии, культура, китайский язык (см. Рисунок 1).

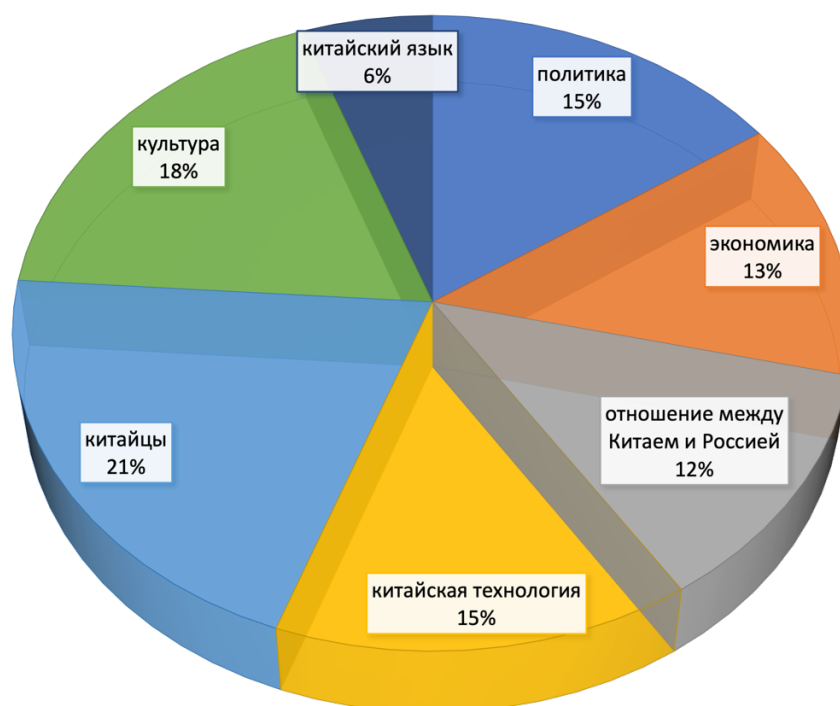


Рисунок 1

Как показал анализ материала, по языковым способам репрезентации Китая лидируют тематические доминанты «*китайцы*» (21%), «*политика*» (18%) и «*культура*» (17%), в меньшей степени представлены тематическими доминантами «*китайская технология*» (15%), «*экономика*» (13%), «*отношения между Китаем и Россией*» (11%) и «*китайский язык*» (5%). Это позволяет заключить, что в сознании россиян формируется следующий образ Китая: в центре внимания современных сетевых адресантов находятся китайцы, политика, отношения между Китаем и Россией, экономика, тогда как культура, китайские технологии и китайский язык отходят на второй план.

<sup>33</sup> Фёдоров, А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка : ок. 13 000 фразеологических единиц /А.И. Фёдоров.- 3-изд.,испр.- М.:Астрель:АСТ,2008.- 878.

Семь тематических доминант образа Китая используют разные языковые способы реализации, которые представлены на Рисунке 2 по принципу возрастания частотности их употребления в современных российских сетевых текстах.

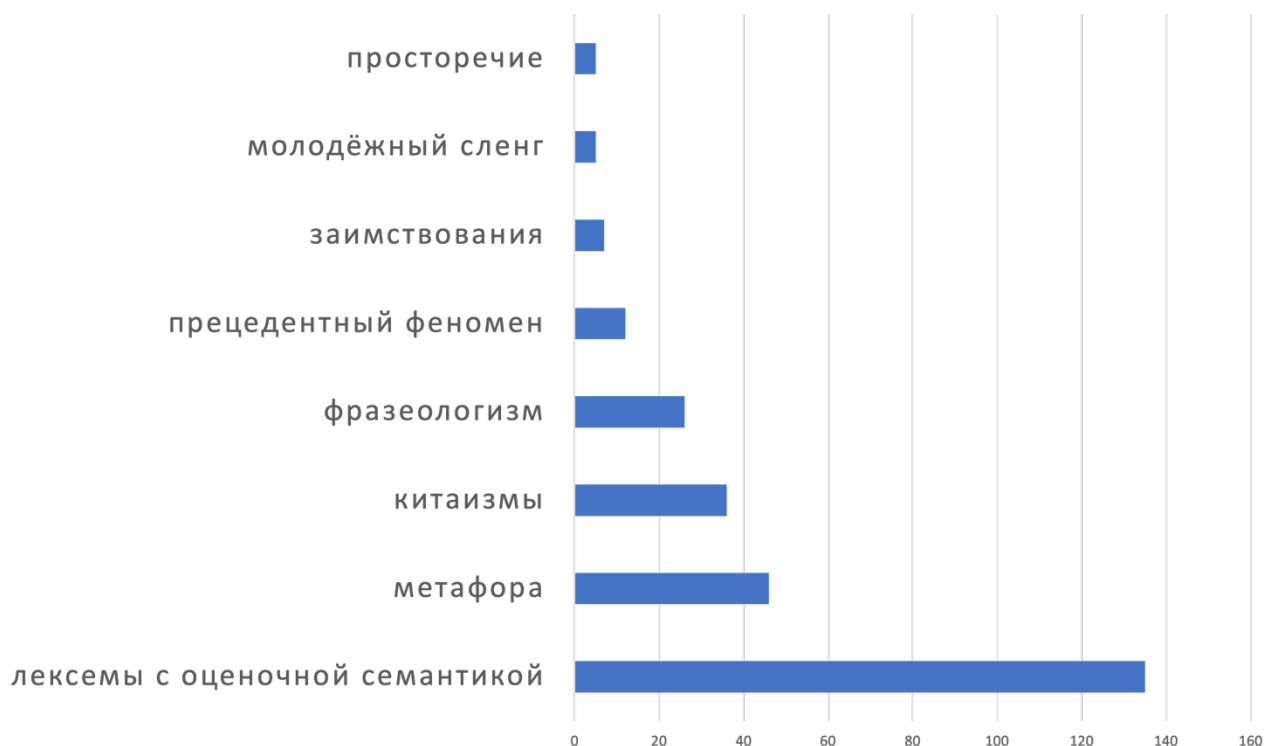


Рисунок 2

**Третья глава «Особенности русского языкового менталитета в русскоязычном сетевом дискурсе при восприятии Китая»** посвящена языковому менталитету, в рамках которого можно говорить о культурных ценностях и концептах, находящих отражение в русском языке при описании образа Китая.

Раздел **«3.1. Национальная специфика русского языкового менталитета»** посвящен исследованию понятия менталитета с точки зрения этимологии и с различных научных позиций. Понятие использовалось неокантианцами, феноменологами и психоаналитиками. В XX веке французские гуманитарии Л. Леви-Брюль, М. Блок, Л. Февр и т.д. продолжили теоретическое обоснование термина *mentalite*. Марсель Пруст, обнаруживший этот неологизм, сознательно ввёл его в свой словарь<sup>34</sup>. Что же касается теоретических исследований в российской науке, то понятие, обозначаемое сегодня лексемой *менталитет*, появилось в XIX–XX вв., когда русских учёных начали интересовать вопросы национального характера и национальной идеи. Исследованию менталитета как феномена посвящены работы Н.О. Лосского, Н.А. Бердяева, С.Н. Булгакова, Б.П. Вышеславцева, И.А. Ильина, П.А. Флоренского, С.Л. Франка и др.

<sup>34</sup> Гуревич П.С. Шульман В.И. Ментальность, менталитет// Культурология XX век. Энциклопедия. Т.2. – СПб.: Университетская книга; 1998. 447с.

В данном разделе рассмотрены определения менталитета в наиболее популярных и авторитетных учебниках. Многие учёные рассматривают его с различных научных позиций: с точки зрения философии – Б.С. Гершунский (1996), Л.А. Микешина (2005), А.А. Григорьева (2008) и др.; истории – А.Я. Гуревич (1981, 1988 и 1991), Б.С. Пущкарев (1995) и др.; этнологии – С.В. Лурье (1997), Р.А. Додонов (1998), Д.А. Баранов (2005) и др.; социологии – И.В. Мостовая (1995), В.В. Козловский (1997), В.Г. Кусов (2000) и др.; психологии – И.Г. Дубов (1997) и др. О.Г. Усенко<sup>35</sup> систематизирует описанные подходы в изучении менталитета в четырех направлениях: философском, культурно-антропологическом, социологическом и психологическом. Далее объективность и логика исследования обуславливают, по нашему мнению, краткое резюмирование толкований менталитета в рамках этих направлений в российской науке.

Традиционная трактовка *стереотипа* была предложена американским публицистом и социологом У. Липпманом в своей книге «Общественное мнение», согласно У. Липпману «мы получаем представление о большинстве вещей до того, как непосредственно сталкиваемся с ними. И если полученное нами образование не помогает четко осознать существование этих предубеждений, то именно они управляют процессом восприятия. Они маркируют объекты либо как знакомые, либо как странные и необычные, усугубляя различие по этому параметру: слегка знакомое подается как очень близкое, а чуть-чуть странное – как абсолютно чужое. Эти различия вызываются к жизни с помощью мелких знаков, варьирующих в диапазоне от подлинных индексов до неясных аналогий. Они наводят свежее восприятие старыми образами и проецируют на мир то, что было сокрыто в памяти»<sup>36</sup>.

Менталитет является результатом закрепления определённой системы стереотипов мировосприятия и толкования окружающей действительности в сознании отдельного человека, группы людей или целого народа (нации). Поэтому это явление связано с этнической (национальной) психологией, культурой народа, прежде всего духовной составляющей этой культуры, неотъемлемой частью которой является язык.

Выводы Т.Б. Радбиля о русском языковом менталитете в чём-то повторяют упомянутые выше мнения, а в чём-то отличаются индивидуальными формулировками: «тенденция к крайностям («все или ничего»), эмоциональность, ощущение непредсказуемости жизни и недостаточности логического и рационального подхода к ней, тенденция к морализаторству, «практический идеализм» (предпочтение «Неба» «Земле»), тенденция к пассивности или даже к фатализму», которые отмечали и продолжают отмечать писатели и философы, русские авторы и иностранные путешественники, побывавшие в России, могут быть подтверждены объективными данными

<sup>35</sup> Усенко О.Г. К определению понятия «менталитет» / О.Г. Усенко // Российская ментальность: методы и проблемы изучения. – М., 1999. – С. 23–77.

<sup>36</sup> Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т.В. Барчунова; под ред. К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.

лингвистического анализа. Без этого такие рассуждения «часто выглядят поверхностными спекуляциями»<sup>37</sup>.

По мнению большинства российских исследователей-лингвистов, характерными чертами русского менталитета можно назвать: религиозность, присутствующую и в качестве духовной ценности в глубинном сознании русских людей, и как традиционный элемент в повседневной деятельности; преобладание чувственной стороны жизни; приоритет духовности над материальными достижениями; идеалистический подход в толковании мира; любовь к свободе, сочетающаяся с терпимостью и покорностью; добродетельность и другие.

Раздел «**3.2. Культурные ценности в русском языковом менталитете: современное сетевое восприятие Китая и китайцев**» посвящен анализу культурных ценностей в русском языковом менталитете при восприятии Китая и китайцев.

Метафора нередко встречается в текстах русскоязычного сетевого дискурса о Китае, её семантическое поле и ассоциации передают общую специфику русского языкового сознания, а также отношение к Китаю, китайцам, китайской культуре: *Китай, разумеется, та ещё соковыжималка с их 9/9/6 (а жить когда при таком графике?), но мечты о ничегонеделании с зарплатой - ну такое себе* (Liubov, 21.03.2023); *США не устраивает, что Китай становится тигром. Америка хочет, чтобы Китай был котом, возможно, жирным котом. И он хочет вырвать у него зубы, такие как искусственный интеллект или высококачественные полупроводники, которые могут способствовать промышленному развитию Китая и усилению его военного потенциала.* (Китайская угроза, 04.04.2023).

Значения сфер-источников *соковыжималка*, *тигр*, *кот (жирный кот)*, *вырвать зубы*, образно понимаются как значительные возможности Китая, в то же время, это аллюзия на тенденцию растущей экономики Китая. При использовании таких сфер-источников, как *соковыжималка*, *кот/ жирный кот*, *зубы* очевидно, что в русском языковом менталитете акцентируется внимание не на предмете, а на событии в целом, на характеристике действия или состояния, а не на его субъектах.

Личностные и общие духовные характеристики китайцев в представлении русских адресантов претерпевали изменения в разные периоды времени: если, например, раньше образ китайского бизнесмена характеризовался только трудолюбием и хитростью, то сегодня характеристика дополняется новыми качествами. Приведённые примеры отражают специфические особенности внутреннего мира китайского человека: *Китайцы покорные у них духу не хватает с США тягаться.* (Валерий Евсеев, 24.02.2023); *Вот они какие духовные китайцы!* (Zem Daimond, 05.04.2023).

Анализ языковых средств, используемых для формирования образа Китая в русскоязычных сетевых текстах, позволяет сделать следующие выводы. Российские сетевые тексты не только транслируют информацию о Китае, но и выражают оценочность в сетевых текстах – с преобладанием восхищения всем,

<sup>37</sup> Радбиль Т.Б. Основы изучения языкового менталитета: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2013. 328 с.

что связано с Китаем. К частотным проявлениям русского языкового менталитета при описании Китая можно отнести: а) акцентирование внимания на описании события в целом, без конкретизации предмета обсуждения, на характеристике действия или состояния, а не на самом субъекте, т.е. на связях и отношениях между явлениями, б) разноплановое оценочное отношение к духовным характеристикам китайского человека, в) тенденцию к крайностям, к максималистским оценкам, г) лояльность к китайской государственности и власти, сохраняющим стремление к «имперскости», д) агрессивный культ силы (в разных ипостасях) и др.

В разделе **«3.3. Оппозиция «свой»/«чужой» в русском языковом менталитете: истоки и современная сетевая трансляция образа Китая»** ведется описание объективной характеристики отношения к Китаю со стороны русских людей – традиционного и современного. Уместно, по нашему мнению, отдельно остановиться на значимой и уникальной для российской ментальности системе распознавания *свой-чужой*, её природе и сущности. Сформулированные принципы этой системы помогут выявить и описать другие особенности сетевых текстов о Китае, в которых отражаются черты русского языкового менталитета.

Раскрытие содержания концептов «свой/чужой» требует уточнения границ для концептуализируемой области и языковых средств, с помощью которых она выражается. Природа концепта как такового имеет отношение к субъекту, то есть к человеку, к его сознанию и способности мыслить<sup>38</sup>. Опыт и знания человека определяют некие идеальные представления о чём-либо, с участием которых и осуществляется процесс мышления. Общие для представителей единого культурного и языкового сообщества идеальные образы и сущности образуют культурные концепты с традиционным (национальным), базовым толкованием действительности. Иными словами, отличительными чертами концепта являются как субъективность, так и объективность, поскольку, как говорит Ю.С. Степанов, «концепт – это как бы сгусток культуры в сознании человека; ... с другой стороны, концепт – это то, посредством чего человек ... сам входит в культуру»<sup>39</sup>. Ю.С. Степанов пишет, что «в структуру концепта входит всё то, что и делает её фактом культуры – исходная форма (этимология); сжатая до основных признаков содержания история; современные ассоциации; оценки и т.д.»<sup>40</sup>. Данное исследование концептов «свой/чужой» будет строиться на последовательном описании структурных элементов, указанных Ю.С. Степановым.

Анализируя интерпретации текстов о Китае в российском сетевом дискурсе, важно отметить, что образ Китая мог формироваться носителями русского языка с позиции концепта «свой»/«чужой».

В русскоязычном сетевом дискурсе адресанты транслируют восприятие Китая и китайцев как «свой» род или семью, например: *Советская власть плюс*

<sup>38</sup> Китанина Э.А. Концепты «своё / чужое» в современной лингвокультурологической ситуации // Молодой ученый. 2016. № 7.4 (111.4). С. 23–26. URL: <https://moluch.ru/archive/111/28209/> (дата обращения: 21.12.2022).

<sup>39</sup> Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Языки русской культуры, 2004. 982 с.

<sup>40</sup> Там же.

*стратегическое и оперативное планирование! Работайте, братья-китайцы, весь мир смотрит на вас с надеждой и уважением!* (Евгений Купцов, 09.03.2023). Традиционно концепты *страна* и *семья* в определённом смысле имеют общий контекст. Для описания политических отношений между странами в русскоязычном пространстве часто используется та же логика семейных отношений. Семейные позиции: *брат*, что подчёркивает чувство духовной связанности и зависимости друг от друга. И, кстати, «свои» несут ответственность за бойкот «чужих», когда сталкиваются с трудностями и кризисами.

Друг – одна из граней «своего», больше нуждается в конкретизации. Идиоматические выражения, связанные с этой ролью, указывают на сильную эмоциональную связь между субъектом и объектом: *между Россией и Китаем существует не просто партнёрство, а самые настоящие доверительные отношения! Здорово видеть встречу двух наших лидеров!* (Ванда Бочарова, 26.03.2023). Анализ приведённого примера помогает увидеть, что с помощью концептов «свой» – «чужой» можно проследить формирование оценочности в сетевых текстах. *Партнёрство, настоящие доверительные отношения* и т. п. – все знакомые образы «друга». В русскоязычных сетевых текстах эти лексемы довольно часто используются, что указывает на восприятие Китая как положительного «своего». Таким образом, абстрактная концепция становится конкретной и яркой, а подобные лексемы увеличивают выразительную силу сетевых текстов.

В русскоязычном сетевом дискурсе отражение традиционного, свойственного русскому характеру и менталитету, оппозиционного сочетания *свой/не-свой (=чужой)*. В приведённом примере видно, что русские порой воспринимают Китай и китайцев как «чужое» сообщество или сословие: *Китай – второй по мощи геополитический противник России. Активные действия Китая по захвату российских территорий отсрочиваются только из-за его конфликта с США.* (Scancat, 29.01.2023). Если в русскоязычном сетевом дискурсе о Китае появляется выражение *противник*, это чётко отражает понятие «чужое», что указывает на то, что отношения между двумя сторонами больше не являются гармоничными, а стали враждебными.

В сетевом русскоязычном дискурсе семантика оппозиции «свой-чужой» в отношении образа Китая трансформируется: среди «своих»: и родная семья, и близкие друзья, и надежда, и будущее, и хороший и др. В то же время существование старых, инерционных представлений в русскоязычном сетевом дискурсе делает неизбежным существование стереотипов о Китае в современной России. Среди «чужих»: чужое сообщество или сословие, отрицательное или плохое отношение к Китаю.

В разделе «**3.4. Систематизация характеристик языковых средств: социолингвистический опрос**» исследуется оценка образа Китая, в сознании адресатов и адресантов русскоязычного сетевого дискурса. В процессе исследования был использован социолингвистический метод исследования: опрос, включающий 9 вопросов, в т.ч. 6 закрытых вопросов, 1 открытый вопрос, 2 многовариантных вопроса.

Социологическая перспектива предлагает найти новый, свежий и творческий – подход к изучению столь часто игнорируемых или принимаемых как должное аспектов социальной среды. Оказывается, человеческий опыт имеет множество смысловых уровней, и вещи не всегда таковы, какими кажутся. Поведение человека управляется сложными переплетениями невидимых законов и институциональных систем, и человек непрерывно создает, обсуждает и пересматривает подразумеваемые соглашения. В процессе исследования использовался такой метод социологического опроса, как анкетирование, основанный на разработках Ф. А. Игебаевой, Ю. Г. Волкова, Н. Ф. Яковлевой и А. Г. Бондаренко и др.

В процессе исследования был использован социолингвистический метод исследования: опрос из 9 вопросов (6 закрытых, 1 открытый, 2 многовариантных). В исследовании приняли участие 136 респондентов, относящихся к различным возрастным группам: 16-24 года – 56 % (76 опрошенных), 25-32 года – 15 % (21 опрошенный), 33-45 лет – 20 % (27 респондентов), 46-65 лет – 9 % (12 респондентов). Такой возрастной диапазон позволил нам сделать исследование более репрезентативным, а выводы – более доказательными.

Согласно ответам на вопрос о профессии, респонденты относятся к различным группам занятости: школьник – 7 % (10 человек), студент (магистр, аспирант) – 51 % (69 опрошенных), постоянная профессия – 34 % (46 опрошенных), фрилансер – 6 % (8 респондентов), пенсионер – 2 % (3 респондента).

Вопрос: «В каких соцсетях вы зарегистрированы?» – показал следующее распределение по группам зарегистрированных в соцсетях: «ВКонтакте» – 121; «Телеграм» – 123; «Живой журнал» – 4; «ВКонтакте», «Телеграм», «Живой Журнал» – 2; «ВКонтакте», «Телеграм» – 114. По данным исследования, все респонденты зарегистрированы в социальных сетях, а большинство из них – одновременно в двух («ВКонтакте», «Телеграм»). Соцсети стали основным средством общения и доступа к информации.

При анализе ответов на вопрос «о чём вы думаете, услышав слово *Китай*?» отмечается наличие когнитивного и эмоционального компонентов образа Китая. К когнитивному компоненту относятся символы-объекты, символы-личности, с которыми респонденты ассоциируют исследуемую страну. Так, среди символов-объектов наиболее часто респонденты называли такие: *автомобили; поезд, алиэкспресс, флаг, иероглифы, Великая Китайская стена, храм, Шаолинь, кунг-фу, чай, лапша, рис, сычуаньская еда / острая еда, свинина в кисло-сладком соусе, дракон, панда, сакура, фонарь/фонарик, акупунктура/иголки/иглоукалывание, архитектура, Великая Китайская стена, даосизм, страна буддизма, древняя китайская поэзия, китайская живопись, Ханьфу* и др. А среди символов-личностей лидировали председатель КНР *Си Цзиньпин*, актёр *Джеки Чан*, китайский философ *Конфуций*. Эмоциональный компонент образа Китая, сформированного в сознании россиян, представлен суммой оценочных характеристик, отражающих отношение респондентов к символическому конструкту Китая, включающему отрицательную/положительную/нейтральную



оценку Китая. В результате исследования мы сгруппировали эмоционально-оценочный компонент таких блоков: политика, экономика, город и природа, культура, жизнь и еда.

На вопрос: «Китай вас интересует как страна или государство?» – *страна* ответили 31 % респондентов, *государство* ответили 4 %, *и так и так* ответили 65 % опрошенных.

На вопрос: «Как вы относитесь к культуре и традициям Китая?» – *нравится* ответили 87 % респондентов, *не нравится* ответил 1 %, *и все равно* ответили 12 % опрошенных.

Респондентам был задан нацеленный на выявление интереса к китайской культуре многовариантный вопрос: «Какие из следующих элементов лучше всего представляют китайскую культуру?». Для ответа было предложено семь вариантов: а) китайская медицина; б) чайная культура; в) боевые искусства; г) традиционные фестивали; д) конфуцианство; е) китайские телесериалы и кино; ж) еда и напитки. Второй многовариантный вопрос: «Какие из перечисленных ниже китайских брендов вам известны?». Варианты ответа были предложены следующие: «Сяоми», «Леново», «Хуавей», «Тенсент», ZTE, «Хайер», «Цзиндун», «Алибаба», «Сина», «Мидеа». Бренды смартфонов и компьютеров «Сяоми», «Леново» и «Хуавей» становятся все более узнаваемыми россиянами.

На вопрос: «Ваше отношение к Китаю и китайцам?» – положительно ответили 83 % респондентов, нейтрально ответили 15 % опрошенных, отрицательно – 2 %.

В **Заключении** в качестве основных языковых способов и средств репрезентации Китая, выявлены следующие: а) лексемы с оценочной семантикой, б) метафоры, в) фразеологизмы, пословицы и поговорки, г) прецедентные феномены, д) заимствованные слова, е) элементы просторечия, ё) китаизмы, ж) молодёжный сленг др.

Сопоставительный анализ текстов, репрезентирующих Китай, из официальных и неофициальных источников позволяет сделать следующие выводы: тексты официальных источников являются более нормативными и литературными, используют отсылки к китайской культуре; тексты неофициальных источников характеризуются антинормой и гибкостью, пользователи соцсетей, имеющие различные уровни образования, свободно и анонимно выражают свои взгляды и оценки, поэтому наблюдается доминирование разговорного стиля, нарушение использования знаков препинания.

Подробный анализ языковых средств, используемых для формирования образа Китая в русскоязычных сетевых текстах, позволил сделать следующие выводы. Русскоязычные сетевые тексты не только транслируют информацию о Китае, но и выражают оценочное позиционирование российской стороны – с преобладанием позитивного отношения и даже восхищения всем, что связано с Китаем. Среди частотных проявлений русского языкового менталитета при описании Китая выделили: а) акцентирование внимания на описании события в целом, без конкретизации предмета обсуждения; на характеристике действия или состояния, а не на самом субъекте, т.е. на связях и отношениях между

явлениями, б) разноплановое (иногда даже полярное) оценочное отношение к духовным характеристикам китайского человека, в) тенденцию к крайностям, к максималистским оценкам, г) лояльность к китайской государственности и власти, сохраняющим стремление к «имперскости», д) агрессивный культ силы (в разных ипостасях), е) осмеяние сложившейся атмосферы взаимодействия между Китаем и другими государствами, ж) придание значимости и тому, что говорится, и тому, как говорится, з) сопротивление жёсткой регламентации, строгой иерархии в отношениях и др.

Изучение особенностей русскоязычных сетевых текстов, а также полученные результаты опроса оправдывают вывод о том, что, во-первых, в сознании российских граждан преобладает когнитивная оценочность в отношении Китая. Прогресс (экономика, технология) и древность (культура и история), китайская еда положительно воспринимаются россиянами. В то же время стереотипные феномены, то есть, трудолюбивый народ (многие трудяги), много людей, дисциплина, плохое качество товаров и острая пища вызывают критику россиян. Во-вторых, эмоциональный компонент в оценке образа Китая преобладает над когнитивным. При этом в целом Китай воспринимается россиянами положительно – как дружески настроенный «свой» (часто – как «друг», либо «брат», либо «союзник»).

Несмотря на популярность выбранной темы исследования, она остаётся актуальной, востребованной и, несомненно, перспективной, поскольку связана с постоянно изменяющимися условиями межгосударственной жизни и национального языкового пространства. В сегодняшнем мире взаимодействие между двумя нашими государствами характеризуется прежде всего желанием узнавать друг друга всё больше и больше, развивается уважительное отношение к этим знаниям и демонстрируется их перспективность. В этом процессе немалую роль играет сетевой дискурс с его возможностями свободного проявления отношений и мнений, а также влиянием на формирование образа собственного и другого государства.

### **Работы, опубликованные по теме диссертации**

*Статьи в журналах, включенных в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук:*

1. Китанина Э.А. Цзоу Тяньци. Концептуальная метафора «китайское чудо» в цифровых медиа / Э.А. Китанина, Цзоу Тяньци // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2022. Т.11. № 4. С.75–80. (0,6 п.л./0,1п.л.)

2. Цзоу Тяньци. Отражение русского языкового менталитета в медиатекстах о Китае / Цзоу Тяньци // Современный ученый. 2023. № 3. С. 110–115. (0,6 п. л.)

3. Китанина Э.А., Цзоу Тяньци. Способы вербализации образа Китая в сетевых текстах экономической тематики / Э.А. Китанина, Цзоу Тяньци // Русский язык за рубежом. 2023. № 3. С. 77-82. (0,5 п. л./0,1п. л.)

*Статьи в других научных изданиях:*

4. Китанина Э.А., Цзоу Тяньци. Интерпретация образа Китая в социальной сети VK / Э.А. Китанина, Цзоу Тяньци // Слово и культура без границ: аксиологический аспект: сборник статей – Владивосток: Изд-во Дальневост. федерал. ун-та, 2022. С.180–186. (0,7п. л./0,1 п. л.)
5. Цзоу Тяньци. Динамика образа Китая в современных медиа/ Цзоу Тяньци// Гуманитарные технологии в современном мире: Сборник статей X международной научно-практической конференции (19–22 мая 2022 г) – Калининград: Издательство «РА Полиграфычъ», 2022. С. 103–105. (0, 4 п. л.)
6. Китанина Э.А., Цзоу Тяньци. Вербальная репрезентация образа Китая в газете «Коммерсантъ» / Э.А. Китанина, Цзоу Тяньци // Чтения имени А. С. Дембовецкого. 755-летию Могилева посвящается: сб. ст. I Междунар. науч.-практ. конф.: – Могилев: Беларус.-Рос. ун-т, 2022. С. 494–497. (0, 4 п. л./ 0,1 п. л.)
7. Китанина Э.А., Цзоу Тяньци. Языковые средства создания Образа Китая в Телеграмм-канале «Китай наизнанку» / Э.А. Китанина, Цзоу Тяньци // КОММУНИКАЦИЯ – ОБЩЕСТВО – ЧЕЛОВЕК: Сборник научных трудов I Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием – Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2022. С. 33–37. (0, 3 п.л./ 0, 3 п.л.)
8. Китанина Э.А., Цзоу Тяньци. Формирование национального образа Китая на российском бизнес-телеканале РБК/ Э.А. Китанина, Цзоу Тяньци // Современная российская аксиосфера: семантика и прагматика идентичности: сборник статей. – Москва: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2022. С. 212–215. (0,4 п.л. /0,1 п.л.)
9. Цзоу Тяньци. Отражение русских культурных ценностей в медиатекстах о Китае / Цзоу Тяньци // Сборник Материалов VI международной научно-практической конференции (филология, педагогика и международная коммуникация), 2023. Москва. С. 657–661. (0, 6 п.л.)
10. Цзоу Тяньци, Китанина Э.А. Просторечная лексика в текстах телеграм-канала «Китай наизнанку» / Цзоу Тяньци, Э.А. Китанина // Русский язык в современном научном и образовательном пространстве: сборник статей Всероссийской конференции с международным участием / под общ. ред. В. М. Шаклеина. – Москва : РУДН, 2023. С.405–408. (0, 2 п.л. /0, 2 п.л.)
11. Китанина Э.А., Цзоу Тяньци. Прецедентный феномен в русских медиатекстах о Китае / Э.А. Китанина, Цзоу Тяньци // Медиалингвистика. Вып. 10. Язык в координатах массмедиа : мат-лы VII Междунар. научн. конференции (Санкт-Петербург, 28 июня – 1 июля 2023 г.) / науч. ред. Л. Р. Дускаева, отв. ред. А. А. Малышев. — СПб.: Медиапапир, 2023. С.426–430. (0, 2 п.л. /0, 2 п.л.)