

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого  
Президента России Б.Н. Ельцина»

На правах рукописи

Чэн Юйсяо

Чэн Юйсяо

**Образ Китая в российских СМИ: лингвокогнитивный аспект**

Специальность 10.02.01 – русский язык

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Екатеринбург  
2020

Работа выполнена на кафедре русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

**Научный руководитель :**

доктор филологических наук, профессор  
**Михайлова Ольга Алексеевна**

**Официальные оппоненты:**

**Кошкарова Наталья Николаевна,**  
доктор филологических наук, доцент,  
ФГАОУ ВО «Южно-Уральский  
государственный университет  
(национальный исследовательский  
университет)», профессор кафедры  
международных отношений, политологии  
и регионоведения

**Фаткуллина Флюза Габдуллиновна,**  
доктор филологических наук, профессор,  
ФГБОУ ВО «Башкирский  
государственный университет»,  
заведующая кафедрой русской и  
сопоставительной филологии

**Чудинов Анатолий Прокопьевич,**  
доктор филологических наук, профессор,  
ФГБОУ ВО «Уральский государственный  
педагогический университет»,  
заведующий кафедрой межкультурной  
коммуникации, риторики и русского языка  
как иностранного

Защита состоится «16» апреля 2020 г. в 11.00 часов на заседании диссертационного совета УрФУ 10.01.10 по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, зал диссертационных советов, ком. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»: <https://dissovet2.urfu.ru/mod/data/view.php?d=12&rid=1116>

Автореферат разослан «    »                      2020 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета:  
доктор филологических наук,  
доцент



Е. Е. Приказчикова

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемая диссертация посвящена лингвокогнитивному исследованию метафор, которые моделируют образ Китая в российских СМИ.

*Образ* является объектом изучения многих наук: философии, психологии, филологии (Аристотель, П.Я. Гальперин, Г.В.Ф. Гегель, Р.Л. Солсо, М.Б. Храпченко). Образ есть «ментальное восприятие и отражение явлений и фактов, имеющих место в мире, включающее индивидуальное отношение к данным явлениям. Самое важное свойство образа состоит в отражении мира в процессе его практического созидания, то есть образ – это некоторая модель действительности, восстанавливающая полученную из действительности информацию в новой сущности»<sup>1</sup>.

Современный человек большой объем информации получает через СМИ. «Одним из важнейших признаков языка современных СМИ является метафоричность»<sup>2</sup>, и метафора в массмедиа, с одной стороны, отражает, как зеркало, мировосприятие носителей языка, с другой, как инструмент, воздействует на формирование представления о мире. Поэтому при исследовании метафорического поля в публицистическом дискурсе можно уловить и понять образ объекта реальности, формируемый в сознании читателя.

**Актуальность** диссертационной работы обусловлена и современной языковой ситуацией, и социально-политическими факторами. Возросший интерес к Китаю в связи с усиливающейся ролью соседнего государства на мировой арене и укреплением сотрудничества между Россией и Китаем становится причиной активного обсуждения и оценки этого государства в российских СМИ, поэтому важно выявление и описание языковых средств, с помощью которых образ Китая находит воплощение в российских медиа. Ведущую роль в процессах интерпретации действительности играет метафора, которая фокусирует внимание адресата на значимых сторонах объекта и потому способна прямо или косвенно воздействовать на любую целевую аудиторию. Метафора выполняет функцию «призмы», через которую видится формирующийся у русских читателей образ Китая. Однако проблема метафорической интерпретации образа Китая в российских СМИ остается малоизученной (Ван Сюй, Ду Цюаньбо, Цзинцзин Цзинь, Ши Ся). Необходимость изучения

---

<sup>1</sup> Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка / И. В. Арнольд. – Москва : Просвещение, 1981. – С. 73.

<sup>2</sup> Костомаров В. Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики / В. Г. Костомаров. – Москва : Гардарики, 2005. – С. 36.

закономерностей метафорического моделирования образа Китая в российском медиапространстве обуславливает актуальность нашего исследования.

**Степень разработанности темы.** Изучение метафоры имеет долгую историю в границах разных наук. Метафора как объект исследования в рамках философии выступает в качестве способа организации познавательной деятельности, необходимого орудия мышления (М. Блэк, Л.С. Выготский, Г.В.Ф. Гегель, С.С. Гусев, Деметрий, К.К. Жоль, Э. Кассирер, Г.Г. Кулиев, Л.Г. Лузина, М. К. Мамардашвили, Ф. Ницше, Х. Ортега-и-Гассет, И.В. Полозова, А.А. Потебня, П. Рикер, А. Ричардс, М. Muhlning-Schlapkohl).

В трудах по лингвистике метафора рассматривается как категория лексикологии и стилистики (Э.С. Азнаурова, Н.Д. Арутюнова, Ш. Балли, Н.Д. Бессарабова, А. Вержбицка, В.В. Виноградов, В.Н. Вовк, Т.М. Воронина, М.В. Всеволодова, В.Г. Гак, Р.Р. Гельгардт, В.Г. Гольшева, А.Ф. Журавлев, С.Б. Козинец, И.А. Крылова, Н.А. Купина, Б.А. Ларин, Н.А. Лукьянова, В.А. Малышева, Т.В. Матвеева, З.И. Резанова, М.Э. Рут, Е.В. Скворецкая, Г.Н. Скляревская, И.А. Стернин, В.Н. Телия, С. Ульман, В.К. Харченко, В.И. Шаховский, Д.Н. Шмелев).

Когнитивная лингвистика исследует метафору как результат познавательного процесса (Н.Д. Арутюнова, А.Н. Баранов, Э.В. Будаев, Ю.Н. Караулов, Е.С. Кубрякова, Дж. Лакофф, Э. МакКормак, М. Минский, З.Д. Попова, А. Ричардс, Т.Г. Скребцова, И.А. Стернин, В.Н. Телия, А. Ченки, А.П. Чудинов, R. Dirven, E. El Refaie, A. Goatly, P.P. Maglio, T. Matlock, D. Ponterotto).

На рубеже веков наблюдается рост теоретического интереса к концептуальной метафоре (В.В. Айвазова, А.Н. Баранов, Е.С. Белов, Э.В. Будаев, Э.А. Галумов, А.А. Каслова, Р.Д. Керимов, Е.В. Колотнина, Ю.А. Максимова, Т.В. Моисеева, Е.К. Мохова, О.Г. Орлова, Е.А. Пименов, А.Б. Ряпосова, Ф.Г. Фаткуллина, М.В. Чернякова, А.П. Чудинов, Э.Н. Шумская, A.S. Çağlar, M.S. Dalmau, P. Drulák, A. Musolff) и проблеме метафорического моделирования в СМИ различных сфер человеческой деятельности: *политической* (А.Н. Баранов, Е.С. Белов, Э.В. Будаев, Т.С. Вершинина, L. Ryazanova-Clarke, D. Stenvoll), *экономической* (А.Б. Бушев, Е.В. Колотнина, М.В. Сорокина, N. Chaban), *национальной* (М.Н. Панова, P. Baker, V. Hardy, T. McEnergy) и др.

Особое место в метафорологии занимают труды, в которых исследуется метафорический образ страны в политическом и медийном дискурсах: Р. И. Зарипов<sup>3</sup> анализирует метафорическое моделирование образа России на материалах французских

---

<sup>3</sup> Зарипов Р. И. Метафорическое моделирование образа России в современном французском политическом дискурсе : монография / Р. И. Зарипов. – Москва : Р. Валент, 2016. – 220 с.

средств массовой информации; А. А. Пшенкин <sup>4</sup> исследует метафорический образ СССР/России в американском политическом дискурсе; Т. В. Моисеева <sup>5</sup> обращается к метафорическим моделям образа США в российских СМИ; О. А. Михайлова <sup>6</sup> описывает образ Украины в российских СМИ.

В последние годы появились научные труды, посвященные Китаю, в частности образу Китая в американских СМИ (М.В. Сорокина); национальным чертам китайцев (Сюй Хунбо); китайским мигрантам на российской территории (А.А. Киреев); этическим идеалам конфуцианцев, связанным с ментальностью Срединного пути (Тань Аошуан) и др. Однако нам не встретились труды, в которых представлен многоаспектный анализ метафорического образа Китая в российских СМИ.

**Научная новизна** диссертационного исследования заключается в интегративном подходе к изучению образа современного Китая, в комплексном описании образа Китая, созданного метафорами в российских СМИ. Получены результаты, обладающие новизной: выделены концептуальные области когнитивной матрицы образа Китая и представлен набор концептуальных метафор, содержательно их наполняющих; выявлены и описаны доминантные метафорические модели, формирующие лингвокультурологические представления россиян о Китае.

**Объектом** исследования является метафорическое словоупотребление в текстах современной российской прессы.

**Предмет** исследования – языковые средства и система метафорических моделей, представляющих Китай в российских средствах массовой информации.

**Цель исследования** – представить комплексное описание образа Китая, моделируемого метафорическими средствами в российских СМИ.

Достижение поставленной цели потребовало решения ряда логически взаимосвязанных задач:

---

<sup>4</sup> Пшенкин А. А. Метафорический образ СССР / России в американском политическом дискурсе второй половины XX – начала XXI веков : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Пшенкин Алексей Александрович. – Барнаул, 2006. – 194 с.

<sup>5</sup> Моисеева Т. В. Метафорическое моделирование образа России в американских СМИ и образа США в российских СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Моисеева Татьяна Валерьевна. – Екатеринбург, 2007. – 21 с.

<sup>6</sup> Михайлова О. А. Метафорическое моделирование образа Украины в российских СМИ: динамический аспект / О. А. Михайлова // Россия в поисках мирного решения социальных, межконфессиональных и межэтнических конфликтов. – Магнитогорск : Магнитогорск. гос. техн. ун-т им. Г. И. Носова, 2017. – С. 323–330.

- 1) рассмотреть понятие «метафора» и охарактеризовать сложившиеся научные направления метафорологии;
- 2) опираясь на идеи когнитивной лингвистики, охарактеризовать специфику когнитивного подхода к анализу метафоры;
- 3) представить концептуальные области образа Китая в виде компонентов общей когнитивной матрицы;
- 4) выделить и проанализировать концептуальные метафоры, характеризующие различные сферы Китая;
- 5) выявить доминантные метафорические модели, формирующие образ Китая в российских СМИ;
- 6) раскрыть специфику образа Китая в лингвоаксиологическом аспекте.

**Теоретическая значимость** исследования заключается в выявлении закономерностей реализации метафорических моделей в русских газетных текстах, а также в уточнении методики описания метафорических моделей. Наблюдения и сформулированные выводы вносят вклад в развитие общей теории концептуальной метафоры и метафорического моделирования. Материалы диссертации могут быть использованы при исследовании лингвокультурного своеобразия национальных картин мира.

**Практическая значимость** работы определяется возможностью использования полученных результатов в учебно-методической деятельности при разработке курсов по когнитивной лингвистике, метафорологии. Материалы могут быть использованы в практике вузовского преподавания лексикологии, стилистики, лингвокультурологии, русского языка как иностранного, а также могут быть полезны специалистам в области практической межкультурной коммуникации и журналистики.

**Материалом** для анализа послужили метафорические единицы (свыше 4000 МЕ), извлеченные из источников российских СМИ 2000–2019 гг., представленных в электронных базах данных Национальный корпус русского языка (<http://www.ruscorpora.ru/>) и Интегрум (Integrum.ru). Отбор материала осуществляется методом направленной выборки по критериям репрезентации образа Китая и наличия метафорических выражений, представляющих изучаемый объект.

Исследование метафоры как когнитивного феномена требует пристального внимания не только к собственно метафорам, но и к другим образным средствам, репрезентируемым языковыми единицами, относящимися к разным частям речи, лексико-грамматическим разрядам и семантическим объединениям.

Для реализации поставленных задач при анализе высказываний и фрагментов публицистических текстов в работе использовались следующие **методы**: дефиниционный анализ, позволяющий выявить эксплицитные признаки на основе толкований в словарях; контекстуальный анализ, позволяющий выявить имплицитное содержание высказывания; статистическая обработка материала; общенаучные методы наблюдения, классификации, описания, а также лингвокультурологическая интерпретация.

**Положения, выносимые на защиту.**

1. Одним из наиболее продуктивных средств интерпретации действительности и эффективным способом репрезентации знания в языковой форме является когнитивная метафора. В текстах СМИ метафора как средство концептуализации и оценки социально-этнокультурной реальности формирует целостный образ Китая в сознании российских читателей.

2. Образ Китая, представляемый в российских СМИ, носит интегративный характер и структурируется концептуальными областями, соответствующими сегментам когнитивной матрицы сложного ономастического концепта. Метафорически насыщенными сегментами матрицы являются четыре основные сферы-мишени – политика, экономика, народ, культура.

3. Политика Китая представлена преимущественно антропоморфными и природными метафорами. В области внутренней политики антропоморфные метафоры характеризуют Китай как могущественную страну, раскрывают уникальную модель его политического развития и жесткое государственное правление. В области внешней политики антропоморфные и природные метафоры задают неоднозначный образ Китая: мирное государство-партнер в отношениях с Россией, со многими странами Африки и Азии, но одновременно сильная и независимая страна, способная отстаивать свои интересы в противоречиях с США, Японией, Индией. Анализируемые метафоры направлены на формирование положительного образа Китая в сфере политики.

4. Природные, антропоморфные и мифологические метафоры создают образ влиятельного и сильного в сфере экономики Китая. Совокупность признаков, заключенных в метафорах, раскрывает быстрый темп развития и производственную мощь страны. Однако артефактные, криминальные и пространственные метафоры репрезентируют низкое качество товаров и подделки известных брендов, что вносит в образ негативные оттенки.

5. Стереотипные представления о китайской нации закрепляются через антропоморфные, природные, артефактные метафоры, которые в совокупности создают амбивалентный образ китайцев в сознании русских. Яркими положительными признаками нации являются трудолюбие, активность, упорство, дисциплинированность, практичность,

расчетливость. Отрицательное представление связано с китайскими мигрантами, численность которых во всем мире трудноизмерима.

6. Мифологические, природные и артефактные метафоры характеризуют загадочность и древность китайской культуры, которая в средствах массовой информации представлена тремя областями: китайская медицина, боевые искусства, китайский язык. Милитарные и спортивные метафоры позволяют выявить тенденцию к широкому распространению китайской культуры в мире.

7. Анализ метафорических словоупотреблений в дискурсе масс-медиа России позволил выделить две доминантные метафорические модели, формирующие образ Китая в сознании русских читателей: «КИТАЙ – ЭТО ЧУДО», «КИТАЙ – ЭТО УГРОЗА».

Метафорическая модель «КИТАЙ – ЭТО ЧУДО» реализуется в двух фреймах: «Удивительные достижения Китая» и «Осуществление чуда», которые репрезентируют небывалые достижения Китая в политической, экономической, культурной и спортивной жизни, утверждают значимость Китая в развитии мировой экономики. Метафорическая модель «КИТАЙ – ЭТО УГРОЗА» представлена фреймами «Источник угрозы» и «Инструменты угрозы». Выделенные доминантные модели обладают аксиологическим потенциалом: они раскрывают как положительные, так и отрицательные признаки Китая и задают амбивалентное отношение россиян к восточному соседу.

**Степень достоверности** результатов исследования определяется репрезентативностью изученного языкового материала, комплексом методов анализа, адекватных целям, задачам и рассматриваемому объекту, опорой на авторитетные теоретические источники.

**Апробация результатов исследования.** Основные положения работы были изложены на Международной научной конференции «Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований» (Екатеринбург, 2019 г.); на XLVII Международной филологической конференции (Санкт-Петербург, 2018 г.); на Международном научном семинаре «Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований» (Екатеринбург, 2017, 2018 гг.); на XXIV международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов – 2017» (Москва, 2017 г.); на I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Культурные коды зарубежной литературы», посвященной 60-летию филологического факультета БашГУ (Уфа, 2017 г.); на Ежегодной международной конференции кафедры русского языка для иностранных учащихся Уральского федерального университета «Русский язык и лингвокультура в сопоставительном аспекте» (Екатеринбург, 2016 г.). Содержание



диссертации отражено в 11 публикациях, из них 3 – в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК РФ.

**Структура работы.** Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных словарей и справочников (13 наименований), списка использованной литературы (407 наименований), двух приложений. Общий объем диссертации 180 страниц (без учета Приложений).

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **ВВЕДЕНИИ** обоснована актуальность и научная новизна выбранной темы, оценивается степень ее разработанности, формулируются цель и задачи, дается характеристика теоретической базы исследования, определена теоретическая и практическая значимость работы.

**ПЕРВАЯ ГЛАВА «Теоретико-методологические основы изучения метафоры»** состоит из трех параграфов. В параграфе **1.1 «Метафора и ее лингвистические интерпретации»** представлен обзор основных направлений исследования метафоры.

В философии метафора рассматривается как способ организации познавательной деятельности, необходимое орудие мышления. В лингвистике метафора традиционно понимается как категория лексикологии, т.е. употребление слов в переносном значении по признаку сходства. В системоцентрической теории изучение метафоры связано с учетом ее морфологических, словообразовательных, синтаксических свойств (Н. Д. Арутюнова, Н. Д. Бессарабова, В. В. Виноградов, В. Н. Вовк, Т. М. Воронина, И. А. Крылова, Н. А. Лукьянова, Е. А. Некрасова, В. Н. Телия). С позиций семасиологического направления исследуется семная структура языковой метафоры, механизм формирования метафоры и т.д. (О. С. Ахманова, Н. И. Балашов, Н. А. Басилая, М. Бирдсли, Р. А. Будагов, А. Вержбицка, Дж. Серль, Г. Н. Складская). В рамках ономазиологического направления рассматривается предметная отнесенность метафоры и ее соотношение с внеязыковыми объектами (В. Г. Гак, В. Г. Голышева, В. Д. Девкин, В. А. Дудко, А. Ф. Журавлев, В. А. Малышева, В. Т. Москвин). Стилистический подход сосредоточивает внимание на свойствах языковой и художественной метафоры (Ш. Балли, М. Верли, Р. Р. Гельгардт, В. Д. Девкин, Н. А. Кожевникова, Н. А. Купина, Б. А. Ларин, И. А. Стернин). В психолингвистике исследование метафоры направлено на выявление ценностных ориентаций человека (А. П. Василевич, С. В. Воронин, А. С. Галстян, О. Н. Григорьева, Л. А. Киселева, Е. В. Кларк, Т. Н. Ушакова, В. К. Харченко).

Внимание к человеку в сфере языка и приоритет антропоцентрической теории способствовали формированию когнитивной лингвистики.

В параграфе 1.2 «Когнитивный подход к изучению метафоры» дается общий обзор работ российских и зарубежных когнитивистов, посвященных разработке понятия *концептуальная метафора*.

Метафора как некоторый когнитивный процесс играет важную роль в концептуализации и категоризации действительности. Метафоры системно объединяют концептуальные области в определенной закономерности и могут прояснить метафорическую природу понятий в сознании человека. Связь между двумя концептуальными сферами может быть представлена в метафорической модели формулой «X – это Y», где X – это сфера-мишень, а Y – это сфера-источник.

В параграфе 1.3 «Методика описания концептуальных метафор» обосновывается выбор подходов к объекту изучения, позволяющих выявить моделируемый средствами массовой информации образ Китая.

В качестве первого подхода выступает когнитивно-матричный анализ, предложенный Н. Н. Болдыревым. Национально-географические концепты, к которым относится *Kumai*, сами по себе передают многоаспектное знание и могут быть представлены в виде общей когнитивной матрицы, которая рассматривается как «система взаимосвязанных когнитивных областей концептуализации объекта»<sup>7</sup> и «сводит воедино знания о разных аспектах одного явления, т.е. выявление взаимосвязанных аспектов единого знания интегративного характера»<sup>8</sup>. Концептуальные метафоры в российских СМИ характеризуют различные области Китая, которые можно представить в виде компонентов общей когнитивной матрицы, создающих в совокупности интегративный образ Китая.

Концептуальные метафоры располагаются не хаотично, а структурированы и взаимосвязаны, поэтому предметом исследования в когнитивной лингвистике является не отдельная метафора и даже не одна метафорическая модель, а система метафорических моделей. Методика описания метафорической модели, предложенная А. П. Чудиновым<sup>9</sup>, позволяет выделить относящиеся к каждой модели фреймы, которые структурируют соответствующую понятийную область (концептуальную сферу), и внутри каждого фрейма

---

<sup>7</sup> Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику : курс лекций / Н. Н. Болдырев. – Изд. 4-е, испр. и доп. – Тамбов : Изд. дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2014. – С. 58.

<sup>8</sup> Там же. – С. 60.

<sup>9</sup> Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) : монография / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2001. – 238 с.

составляющие его типовые слоты, т. е. элементы ситуации, которые включают какую-то часть фрейма, какой-то аспект его конкретизации. Изучение концептуальных метафор возможно в двух противоположных направлениях – от сферы-мишени и от сферы-источника.

В первом случае основанием классификации служит исходное, неметафорическое значение слова и его принадлежность к семантической (тематической) группе. Соответственно, в отдельные метафорические модели объединяются, например, такие метафорические словоупотребления, которые в исходных значениях обозначали животных, растения, механизмы, вещества и др. Во втором случае внимание исследователей сосредоточивается, наоборот, на метафорическом значении слова, и основанием для анализа служит принадлежность слова к семантической (тематической) группе при его метафорическом использовании.

В нашем исследовании мы поэтапно использовали оба подхода. На первом этапе мы выявляли те концептуальные области, для описания которых частотно используются метафоры, – сферы-мишени как составные части когнитивной матрицы. На втором этапе группы слов-метафор анализировались по сферам-источникам, которые позволили представить типологию метафор по каждой концептуальной сфере, а далее выделить доминантные метафорические модели, используемые в российских СМИ.

Во **ВТОРОЙ ГЛАВЕ «Метафорическая вербализация концептуальных сегментов образа Китая»** с опорой на когнитивную матрицу выявляются концептуальные сферы образа Китая, представленные метафорическими единицами в российских СМИ, и описывается типология используемых метафор.

В параграфе **2.1 «Метафорическое описание концептуального сегмента политика»** рассматриваются антропоморфные, природные, пространственные и др. метафоры, которые используются для описания политики Китая.

Преимущественно положительный образ Китая во внутренней политике закрепляется в антропоморфных и природных метафорах. Антропоморфная метафора, характеризующая своеобразие социализма в Китае, представляет страну в виде человеческого организма с помощью соматизмов: *лицо, голова, плечи, руки*. *Разницы между Пекином и какими-нибудь провинциальными городами – Чэнду, Гуанчжоу или Гуйлинем – не чувствуется абсолютно. В общем, настоящий коммунизм, хоть и с капиталистическим лицом* (Аргументы и факты, 11.07.2007); *А сегодня, когда китайский коммунистический капитализм окончательно расправил плечи, этот некогда колониальный город вновь претендует на звание столицы Востока* (Автопилот, 15.12.2010). Антропоморфные метафоры раскрывают мощный и сильный образ Китая, но вместе с тем они акцентируют жесткое правление компартии Китая:

*Пекин жесткой рукой подавляет инакомыслие, не позволяет бунтарским настроениям хлестать через край* (Независимая Газета, 15.11.2010). Зооморфные образы в антонимичных оппозициях характеризуют курс политики Китая на борьбу с коррупцией: *Новый лидер Китая поднял антикоррупционную кампанию на самый высокий уровень. Генеральным же девизом его борьбы стало – "бить не только мух, но и тигров"* (Наш современник, 31.12.2018).

Многогранный образ Китая во внешней политике эксплицируют антропоморфные и природные метафоры. Сближение Китая с Россией подчеркивается лексемами *братья, друзья, партнер, союзник, попутчик, супруги*: *В сегодняшних китайско-российских отношениях со времен "медового месяца" вновь намечается некоторый подъем* (Проблемы Дальнего Востока, 21.04.2008). Лексемы *друг* и *враг*, являясь прямыми выразителями оппозиции «свой / чужой», маркируют политические взаимоотношения государства с другими странами мирового сообщества. Партнерские отношения сложились у Китая со многими странами Европы, Азии и Африки: *В 2016 году Китай впервые стал самым важным торговым партнером Германии* (Российская газета, 03.03.2017). Конфликтные отношения Китая с США, Японией и Индией демонстрируют лексемы *враг, конкурент, противник, ссора, ссориться, попенять, обвинить и соперник*: *Сейчас в американском внешнеполитическом мышлении Китай медленно дрейфует на роль главного врага* (Московский комсомолец, 13.02.2001). *Китай впервые и подробно «попенял» США насчёт создания глобальной ПРО* (Аргументы и Факты, 28.05.2008).

Особое место в создании положительного образа Китая занимает метафора «пути». Устойчивое метафорическое выражение *китайский путь* ассоциируется с определенной и признанной в мире моделью развития, которая привлекает большое внимание и служит образцом для других стран, в частности для России: *Россия Путина последние десять лет с политической точки зрения идет по китайскому пути (во всяком случае, с оглядкой на него)* ("Вестник Европы", 15.08.2013).

В параграфе 2.2 «**Метафорическое описание концептуального сегмента экономика**» анализируются артефактные, природные, антропоморфные, мифологические, криминальные и пространственные и др. метафоры, использованные в СМИ для характеристики китайской экономики.

Положительное представление об экономике Китая складывается с опорой на природные метафоры. Невероятная скорость и быстрота развития китайской экономики актуализируется при помощи глагола *расти / вырасти* с наречиями-интенсификаторами (*быстрее, невероятно и др.*) и с фразеологизмами (*как грибы после дождя, как на дрожжах*).

Гидронимы характеризуют огромное количество китайских товаров на российских рынках: *В те годы на рынки хлынула волна китайских товаров* (БОСС, 15.09.2015).

Производственная мощь Китая актуализируется артефактными метафорами *мастерская (мира), (мировая) фабрика: Китай – это «фабрика мира». Китай «может сделать все, от бижутерии до космических кораблей»* (Трибуна, 23.04.2015).

Однако в российских СМИ показана и обратная сторона китайской экономики: лексемы *тряпье / тряпки, барахло, неликвид* с негативной, пренебрежительной коннотацией характеризуют низкое качество китайских товаров: *Китайское тряпье намного дешевле, хоть и хуже качеством* (АиФ, 07.11.2018); *Зачем китайским барахлом завалили всю Россию?* (АиФ, 07.09.2005). Проблема китайского производства заключается в копировании и подделках товаров известных брендов. Формированию такого представления помогают антропоморфные, криминальные и пространственные метафоры: *Появились китайские подделки внедорожников «Ниссан» – «Великая Стена», клон «Тойоты» – «Лифан» и сестра-близнец «Шевроле» – «Чери»* (АиФ, 12.06.2013); *Китай не брезгует чуть ли не в открытую воровать чужие секреты и нагло копирует зарубежные образцы* (Военно-промышленный курьер, 03.05.2017). Утверждение о некачественных китайских товарах и «экономическом плагиате» служит основой сомнения в перспективе китайской экономики: *Последние годы в мире идут непрекращающиеся разговоры о том, что китайская экономика – мыльный пузырь* (Вестник Европы, 15.04.2006).

В параграфе 2.3 «**Метафорическое описание концептуального сегмента народ**» фокус исследовательского внимания переводится на выявление стереотипного представления о китайцах, закрепленного в антропоморфных, природных, артефактных и др. метафорах.

Метафорические контексты СМИ раскрывают характерные черты китайской нации и, отдельно, китайских мигрантов, что в совокупности создает амбивалентный образ китайцев в сознании русских. Антропоморфные метафоры раскрывают положительные черты китайской нации: трудолюбие, активность, упорство, дисциплинированность, практичность, расчетливость. Современное представление о китайцах создается через закрепленный в русском сознании этностереотип немца: *Китайцы – это немцы Востока, а японцы – это русские Востока, подразумевая, что китайцы по преимуществу рациональны и расчетливы, а японцы, как и мы, искренни и эмоциональны* (Парламентская газета, 30.01.2009). Устойчивое сочетание *терять лицо* характеризует очень важную в социальном общении черту китайского народа *китайцы – недопустимость публичного унижения и оскорбления:*

*Китайцы очень боятся "потерять лицо" перед окружающими, и такое поведение для них просто недопустимо* (Директор по безопасности, 01.01.2017).

Артефактные метафоры закрепляют образ китайца как добросовестного, исполнительного работника, дополняя его признаками «желание получать новые знания и способность быстро их усваивать»: *Китайцы очень хорошие сотрудники, исполнительные и трудолюбивые, они как зубки впитывают знания и профессиональные навыки* (Директор по безопасности, 01.01.2017).

Природные метафоры манифестируют как положительные, так и отрицательные черты китайцев. Через номинацию *муравей* акцентируются такие положительные характеристики, как трудолюбие, дисциплинированность, упорство: *Китайцы – очень дисциплинированные люди, работают как муравьи* (Курган и курганцы, 28.09.2006); *Уже китайцы, со скрупулезностью и упорством муравьев готовившиеся к своим домашним играм, начали уходить в отрыв по количеству медалей* (Карельская губерния, 13.08.2008).

Наряду с позитивными чертами выделяется отрицательная черта, которая сформировалась в последние десятилетия и обусловлена массовой миграцией и большим скоплением китайцев по всему миру, – способность всюду проникать и устраиваться. Негативный образ китайских мигрантов создает зооним *тараканы*: *Для меня китайцы как тараканы, которые рыщут по всему миру в поисках наживы...* (Эксперт, 18.04.2011).

Китай традиционно является одним из крупнейших поставщиков мигрантов. Для описания массовой миграции используются гидронимы *волна*, *наплыв*, *поток*: *Многих жителей Сибири и Дальнего Востока волнует гигантский наплыв в этот регион китайцев* (Парламентская газета, 16.03.2006); *В перспективе одного-двух поколений будет какой-то мощный поток миграции – китайцы, индийцы* (Независимая Газета, 25.10.2006). Трудноизмеримая численность китайцев передается через метафорический образ айсберга: *Лишь десятая часть обосновавшихся здесь китайцев показывается на божий свет и становится доступна для наблюдения; девять же десятых скрыты от наблюдателей и подобны подводной части айсберга* (Еврейское слово, 28.01.2012).

Параграф 2.4 «**Метафорическое описание концептуального сегмента культуры**» посвящен анализу метафор, характеризующих три актуальные в средствах массовой информации области китайской культуры: китайскую медицину, боевые искусства, китайский язык.

Традиционная китайская медицина – одна из древнейших систем лечения в мире. Ее загадочность манифестирована в мифологических метафорах: *Китай – это настоящий рай для отдыхающих: мягкий климат круглый год, белоснежные пески, роскошная зелень,*

*вошебство традиционной китайской медицины, добрый приветливый народ* (Частник (Иваново), 05.12.2007); *В сознании большинства людей само понятие «китайская медицина» стало символом чуда* (Региональная Россия, 15.01.2016).

Специфическая часть национальной культуры – это китайские боевые искусства. Единоборства, зародившиеся в буддийском монастыре Шаолинь, открывают сверхъестественные возможности человека. В СМИ китайские боевые искусства характеризуются зооморфными, артефактными, мифологическими метафорами. С помощью метафор через имитацию движений животных раскрывается национально-культурная специфика боевых искусств. Средства массовой информации, описывая своеобразие единоборств, используют аутентичные китайские метафоры движения животных, которые лежат в основе терминологии боевых искусств и выразительно отражают суть исполнения техники и тактик: *Полагают, что основатель Шаолиня, монах Бодидхарма, во время тренировок и долгих медитаций наблюдал за движениями животных – отсюда и поэтические названия ударов – "укус змеи", "прыжок тигра" или "полёт журавля"* (АиФ, 11.07.2006). В терминологии боевых искусств включаются не только зоонимы, но и артефакты: *Монахи рубили друг друга широкими мечами – дао, но на телах у них не выступало ни капли крови, только багровые рубцы надувались – это защищал их пресловутый цигун «железной рубашки», а наиболее могучих – даже и «алмазный колокол»* (Знамя, 15.07.2016).

Китайский язык насчитывает несколько тысячелетий. Благодаря своей уникальной форме китайские иероглифы рассматриваются как произведения искусства. Через яркие сравнения из семиотически значимых культурных сфер (скульптуры, живописи и др.) показана их экзотика: *Каждый иероглиф как целая гравюра, похожая на оттиск* (Метро Москва, 19.12.2017). В настоящее время стремительно возрастает роль китайского языка, и он широко распространяется в мировом сообществе. Следствием распространения китайского языка являются проникающие в русский язык заимствования. Конкуренцию между англицизмами, которые, как известно, активно пополняют русский лексикон в последние десятилетия, и китаизмами описывает спортивная метафора: *Сегодня в моде англицизмы, на пятки наступают китаизмы – в школах Сибири и на Дальнем Востоке дети учат китайский язык в обязательном порядке, перенимают эти программы в Москве и Петербурге* (Магнитогорский металл, 06.06.2019). Фразеологизм *наступать на пятки* обозначает «догонять, настигать кого-либо»<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> ФСРЯ – Фразеологический словарь русского языка / под ред. А. И. Молоткова. – 2-е изд. – Москва : Советская энциклопедия, 1968. – С. 269.

Древность китайской культуры демонстрируют сквозные природные метафоры: *Традиционная китайская медицина уходит **корнями в глубокую древность*** (Комсомольская правда-Екатеринбург, 21.01.2005); *Кино о мастерах боевых искусств – серьёзная форма творческого самовыражения, достойная своих **древнейших корней*** (Парламентская газета, 24.09.2010); ***Древние корни** языка, народа не перерублены, и это помогает удерживать китайскую цивилизацию* (Тихвинская неделя, 26.02.2013).

Растущее влияние китайской культуры, которая распространяется во всем мире, представлено сквозными милитарными метафорами: *Традиционная китайская медицина **завоевывает** все большую популярность и доверие людей из разных стран* (АиФ, 26.11.2014); *Монастырь Шаолинь и шаолиньский стиль кунфу **завоевали** сердца российской аудитории в первую очередь благодаря тесному гуманитарному взаимодействию России и Китая* (Российская газета, 27.03.2015); *Китайский язык сейчас **завоевывает** весь мир, в том числе и экономический* (Территория, 25.04.2016).

Таким образом, целостный образ Китая метафорически структурируется в российских СМИ четырьмя основными концептуальными областями – политика, экономика, народ, культура (см. диаграмму 1), соответствующими сегментам когнитивной матрицы сложного национально-географического концепта.

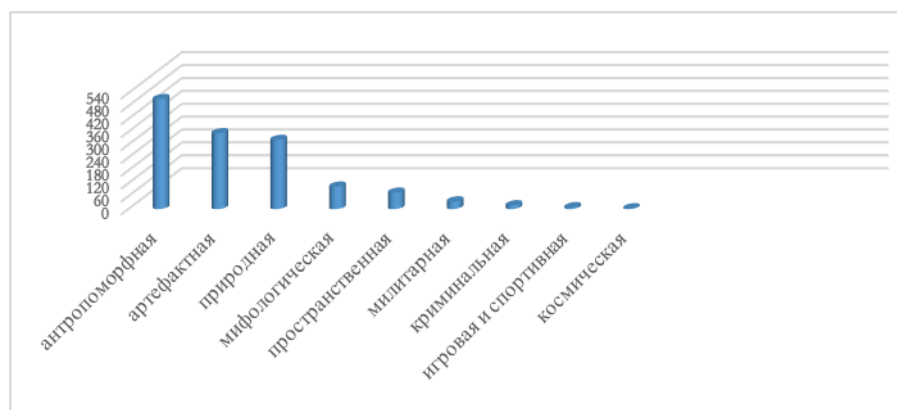
Диаграмма 1



Материалы показали, что по метафорической экспансии лидируют сферы-мишени «экономика» (43%) и «политика» (34%), в меньшей степени представлены концептуальные области «народ» (14%) и «культура» (8%). Это позволяет заключить, что в сознании россиян формируется асимметричный образ Китая: политическая и экономическая составляющие находятся в центре внимания журналистов российской прессы, тогда как культурная жизнь и китайский народ отходят на периферию.

Четыре сегмента образа Китая насыщены разными видами метафор, которые представлены на диаграмме 2 по принципу убывания частотности употребления в текстах СМИ.





Для характеристики разных концептуальных сфер Китая в СМИ активно используются антропоморфная, артефактная, природная, мифологическая, военная, криминальная, игровая и спортивная, пространственная и космическая метафоры. Разнообразные метафоры и соответствующие им сферы-источники демонстрируют образность и экспрессивность российской прессы. Анализ концептуальных метафор позволяет выявить их аксиологический потенциал. Оценочные характеристики метафоры связаны с положительными или отрицательными ассоциациями, вызванными у носителей языка исходными понятийными сферами (животное, растение, механизм, вещество и др.). Языковые средства с высоким экспрессивно-эмоциональным потенциалом (например, *растущий китайский гигант, мастерская мира, китайское чудо, лидер, локомотив* и др.) предназначены для представления Китая как сильного государства, серьезного участника политической, экономической, культурной жизни всего мирового сообщества. Лексемы *братья навек, друг, союзник, плоды российско-китайского сотрудничества* и т. п. подтверждают, что Китай – надежный партнер России, с которым выгодно сотрудничать. Негативно окрашенной лексики в текстах об этой стране значительно меньше, что является доказательством в целом положительного образа Китая в российских СМИ.

**ТРЕТЬЯ ГЛАВА «Образ Китая в зеркале метафорических моделей»** посвящена описанию доминантных метафорических моделей, интерпретирующих образ Китая в российских СМИ.

Несмотря на устойчивость набора метафорических моделей в масс-медийном дискурсе, в разные периоды актуализируются различные фрагменты когнитивных структур. Особый политический строй, невероятный темп развития экономики и уникальная культура имплицитно создают общее представление о Китае как о чуде. Между тем такие чудесные и необъяснимые явления, происходящие в государстве, всегда вызывают тревогу и напряженность у других стран. Именно эти характеристики Китая, преобладающие в

российских СМИ, позволяют выделить специфические метафорические модели «Китай – это чудо» и «Китай – это угроза» как ведущие. Доминирующий статус названных моделей подтверждается их частотностью и высокой степенью продуктивности: на долю метафор о китайском чуде приходится 34%, на долю метафор о китайской угрозе приходится 31% от общего количества метафорических высказываний.

В параграфе 3.1 «**Метафорическая модель "КИТАЙ – ЭТО ЧУДО"**» по методике, предложенной А. П. Чудиновым<sup>11</sup>, описание метафорической модели проводится через составляющие ее фреймы. *Чудо* представляет собой абстрактное понятие, поэтому достаточно сложно выделить фреймы, структурирующие соответствующую понятийную область и актуализирующие соответствующую метафорическую модель. По этой причине при выделении фреймов мы опирались не на денотативную сферу, а на лексическую семантику слова. В толковом словаре выделяются следующие значения лексемы *чудо*: «1. Нечто небывалое, необычное, удивительное. 2. мн.: чуда, чуд (обычно с опр.). Сказочное необыкновенное существо» [БТСРЯ<sup>12</sup>: 1485]. Семантика этого слова «сводится к выражению следующих признаков: 1) удивительное, поразительное; 2) необычное, 3) неожиданное»<sup>13</sup>. Китай оценивается как чудо благодаря своим неожиданным и удивительным для всего мира достижениям. На этой основе был выделен фрейм «Удивительные достижения Китая». Вместе с тем современное чудо, его осуществление нуждается в осмыслении, что «предполагает выделение квантов ситуации, в которой реализуется чудо»<sup>14</sup>. Это позволяет выделить в рассматриваемой метафорической модели фрейм «Осуществление чуда».

Во фрейме «Удивительные достижения Китая» выделяются слоты «Победы Китая» и «Лидирующие позиции Китая». Высокие достижения Китая реализуются в различных сферах общественно-государственной жизни – в экономике, политике, культуре, спорте и метафорически ассоциируются с победами в играх и спортивных соревнованиях. Результаты соревнования и игры (*переиграть, выиграть, одержать, оставить далеко позади, шагнуть далеко вперед* и т.п.) репрезентируют победы Китая над другими странами в мировой конкуренции: *Китай совершенно очевидно выиграл, там бум инвестиций и производства* (Российская газета, 28.03.2006); *Даже Китай скоро оставит Россию далеко позади* (АиФ –

---

<sup>11</sup> Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) : монография / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2001. – 238 с.

<sup>12</sup> БТСРЯ – Большой толковый словарь русского языка / отв. ред. С. А. Кузнецов. – Санкт-Петербург : Норинт, 2000. – 1536 с.

<sup>13</sup> Карасик В. И. Языковые мосты понимания: монография / В. И. Карасик. – Москва: Дискурс, 2019. – С. 106.

<sup>14</sup> Там же.

Москва, 30.09.2014). Действия в ходе соревнования и игры (*догнать, наступать на пятки, перегнать, обогнать, опережать, обойти, дать фору и др.*) демонстрируют преимущество Китая: *По итогам продаж 2009 года китайский автомобильный рынок вышел на первое место в мире, обогнав рынок США* (Автопилот, 15.01.2011); *В этом смысле китайцы дадут евреям фору* (Спецназ России, 15.08.2000).

Достигший беспрецедентных успехов, Китай занимает лидирующую позицию в разных областях. Потенциальные участники (*крупнейший игрок, сильная фигура, тяжеловес, фаворит* и др.) характеризуют силу и влияние Китая: *На сегодняшний день Китай является мировым рекордсменом по размерам государственных валютных резервов (почти 4 триллиона долларов) и по промышленному производству* (Правда КПРФ, 23.03.2017); *Однако постоянные члены Совбеза и политические тяжеловесы – США, РФ, КНР и ЕС дистанцировались от обеих сторон конфликта* (Военно-промышленный курьер, 21.06.2017); *Китай должен рассматриваться в качестве фаворита в борьбе за общее число медалей* (Независимая Газета, 28.07.2008); *Китай, превратившийся за последние два десятилетия в экономического гиганта и сильную фигуру на шахматной доске мировой политики* (Обозреватель, 15.09.2001).

Китай квалифицируется как *победитель, чемпион, рекордсмен, лидер*, и этим маркируется ведущее место Китая на мировой арене: *В черной металлургии мира Китай уже давно не просто лидер, а заслуженный чемпион* (Металлургический бюллетень, 01.07.2008); *Китай постепенно становится лидером в культуре* (Профиль, 30.03.2015).

Фрейм «Осуществление чуда» актуализируется в слотах «Каузатор чуда» и «Конструирование чуда». Семантическая структура лексемы *чудо* включает значение «сверхъестественное явление, вызванное вмешательством божьей силы» [БТСРЯ: 1485]. Однако современное китайское чудо не совершилось силой Бога, а явилось результатом социально-экономических реформ, проводимых китайским лидером Дэн Сяопином с 1978 г. Сам Дэн Сяопин определяется как *отец китайского чуда, творец экономического чуда, автор экономического чуда, архитектор реформ: Отбросить гордыню и признать собственную ущербность, как это сделал в свое время отец «китайского чуда» Дэн Сяопин* (БОСС, 15.10.2009); *Неудивительно (хотя у нас мало обращают на это внимание), что одной из первых реформ, которые инициировал автор "китайского экономического чуда" Дэн Сяопин в начале 80-х, была реформа образования* (Вечерняя Москва, 13.10.2016).

Усилия исторической личности в сотворении китайского чуда поддерживаются сильным производством страны, стимулирующей развитие мировой экономики. Конструирование чуда в Китае во многом укладывается в транспортные и механистические

метафоры, и в этом смысле Китай ассоциируется с *локомотивом, мотором, двигателем, драйвером*, которые наполняют образ признаками мощности, главной движущей силы, обеспечивающей мировое развитие: *Внимание экспертов приковано к Китаю, который становится локомотивом, вытягивающим из рецессии этот сегмент мировой экономики* (Новые Известия, 20.10.2010); *Двигателем роста мировой экономики останется Китай и некоторые страны Азии* (Новые Известия, 19.01.2009); *Устойчивые темпы роста наблюдаются, например, в Китае, который многие стали называть мотором развития* (Российские вести, 21.12.2009).

В параграфе 3.2 «**Метафорическая модель "КИТАЙ – ЭТО УГРОЗА"**» дается анализ метафорической модели через составляющие ее фреймы.

В современной мировой прессе наблюдается демонизация Китая (Ду Цюаньбо, А.В. Лукин, М.В. Сорокина, Ши Ся): *России вместе с ними нужно готовиться к отражению "желтой" угрозы, потому что в недалеком будущем полуторамиллиардный Китай будет развивать экспансию на Сибирь и Дальний Восток* (Патриот, 14.05.2009).

Слово *угроза* образовано от глагола *угрожать* – «(чем) произносить угрозы, требуя, добиваясь чего-л. У. кому-л. расправой. У. оружием» [БТСРЯ: 1371]. Производящий глагол имеет две лексико-семантической валентности – адресата (*кому*) и способа/инструмента (*чем*). Следовательно, пропозиция, скрытая за производным отглагольным существительным, представлена тремя компонентами: субъект, адресат, способ/инструмент. Адресатом ситуации угрозы, исходящей от Китая, являются страны мирового сообщества, а два других компонента в средствах массовой информации выражаются набором разнообразных метафорических средств. И этот факт позволяет выделить в метафорической модели «КИТАЙ – ЭТО УГРОЗА» два фрейма: «Источник угрозы» и «Инструменты угрозы», которые содержат конкретизирующие их слоты.

Фрейм «Источник угрозы» включает четыре слота: «Проснувшийся гигант», «Дракон», «Агрессивные животные», «Хозяин». Мифологические существа (*гигант, дракон*) создают сильный, но агрессивный и опасный образ Китая: *Китайский дракон не только просыпается, но и «показывает зубы»* (Металлургический бюллетень, 01.06.2004); *Правда, праздник выставки едва не испортил внезапно проснувшийся "спящий гигант" Китай* (Коммерсантъ-Приложение, 09.10.2014). Агрессивные животные (*хищник, тигр, ястреб*) усиливают признак угрожающей страны: *Китайцы там уже всю работу, и что мы видим? Арендатор – не хозяин, это хищник* (АиФ, 01.02.2012); *Китай – тигр не бумажный, он во всех смыслах сильнее Запада* (Независимое военное обозрение, 16.05.2014). Угроза Китая проявляется в антропоморфных метафорах со словом *хозяин*: *Китайцы на Дальнем*

*Востоке: гости или хозяева?* (Новые Известия, 21.04.2016). Действующий персонаж *хозяин* и однокоренной глагол *хозяйничать*, который имеет неодобрительную оценку («распоряжаться по своему усмотрению где-н. (неодобр.)»)<sup>15</sup>, описывает китайских мигрантов, угрожающих территориальной целостности России: *Как-то я сказал китайцу, что они себя ведут в России как хозяева* (Парламентская газета, 17.10.2002); *Китайцы уже хозяйничают в сибирских и дальневосточных регионах* (Новые Известия, 22.05.2014).

Фрейм «Инструменты угрозы» актуализируется в слотах «Военные действия», «Физическое воздействие на объект», «Болезнь». Военные действия (*отвоевать, завоевать, оккупировать, захватить и др.*) указывают на захват Китаем мирового рынка, растущее воздействие китайской культуры, явное господство в спорте: *Достаточно емкий иракский рынок ширпотреба более чем на 90% захвачен производителями из Китая и Южной Кореи* (Эксперт, 26.07.2004); *А нишу традиционной медицины тем временем оккупировал Китай, где такие препараты составляют до 1/3 от общего объема фармрынка* (Комсомольская правда, 23.06.2009); *Эти программы предусматривали широкую реорганизацию спортивных структур и детского спорта, что позволило Китаю на домашней Олимпиаде в Пекине в 2008 году завоевать первое место в медальном зачете* (Профиль, 23.01.2017).

Физиологические действия *глотать, жрать, объедать, съесть* и др., имеющие общий смысл «поглощение пищи», репрезентируют большую потребность Китая в ресурсах, наносящую ущерб развитию других стран: *Мировая общественность опасалась, что Китай съест все мировые ресурсы* (Профиль, 18.06.2012). Глаголы *теснить, бить* и их производные реконструируют агрессивный образ Китая, который причиняет экономический вред другим странам: *Появление новых промышленных стран: в первую очередь это Китай. Уже в прошлом году эта страна сумела потеснить Германию с третьего места* (Автопилот, 15.01.2007); *Если мы снимем все нетарифные ограничения, то китайцы "забьют" отечественных производителей* (Аргументы и факты, 22.06.2005).

Метафоры из тематической группы болезни (*болезнь, насморк, синдром, эпидемия*) показывают экономическую и культурную экспансию Китая и зависимость мира от Китая: *Пошив одежды в КНР стоит очень дешево – за счет государственных преференций и недорогой рабочей силы. Россия больна Китаем* (Профиль, 18.10.2004); *Они говорили по-китайски и даже – о, ужас! – полюбили китайскую культуру. В США это явление назвали «китайским синдромом»* (Комсомольская правда, 18.10.2001); *Китайский насморк грозит*

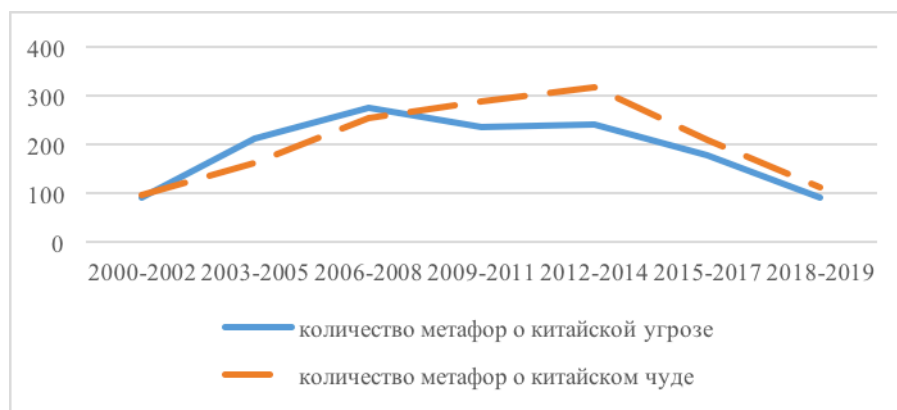
---

<sup>15</sup> ТСОШ – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов (82000 слов и фразеологических выражений) / РАН Институт русского языка им. В. В. Виноградова ; отв. ред. Н. Ю. Шведова. – Москва : Азбуковник, 2011. – С. 1068.

глобальной лихорадкой. Россия пострадает от нового сокращения торговли с Поднебесной (Независимая газета, 12.01.2016).

Динамика использования российскими журналистами доминантных метафорических моделей «Китай – это чудо» и «Китай – это угроза» показана на диаграмме 3 (количественные подсчеты проводились с 2000 г. по 2019 г.).

Диаграмма 3



Рост частотности анализируемых метафорических моделей с 2000 по 2007 г. показывает, что на начальном этапе стремительного развития восточного государства мир удивляет огромный успех Китая во многих областях. Понять такой прорыв трудно и даже невозможно, поэтому он воспринимается как чудо. Однако непонимание секрета китайского чуда вызывает страх и опасение у мирового сообщества: а что же будет в будущем? И в этом видится угроза. Метафоры позволяют представить нечто не осознанное до конца, сформировать определенное предположение о сущности образно характеризуемого объекта.

С 2008 г. количество метафорических единиц, репрезентирующих китайское чудо, превосходит количество метафор, характеризующих китайскую угрозу. Данную тенденцию можно объяснить тем, что причины китайского чуда были выявлены (проведение социально-экономических реформ внутри страны), и государство перестало представлять явную опасность, поэтому число метафор о китайской угрозе сокращается.

После 2014 г. использование обеих метафорических моделей в СМИ постепенно падает. Вероятно, потому, что представление о новом Китае уже сложилось в сознании российского общества, а резких скачков в развитии китайского государства не происходит, поэтому количество метафорических высказываний о нем в СМИ постепенно уменьшается.

Выделенные доминантные модели раскрывают как положительные, так и отрицательные признаки Китая, задают амбивалентное отношение к восточному соседу. Модель «КИТАЙ – ЭТО ЧУДО» несет позитивный эмоциональный потенциал, тогда как модель «КИТАЙ – ЭТО УГРОЗА» придает образу Китая негативную оценку. Таким образом,

названные модели максимально ярко раскрывают образ Китая в российской прессе за последние 20 лет.

В **ЗАКЛЮЧЕНИИ** подводятся итоги диссертационного исследования. Намечаются перспективы дальнейшей разработки темы, связанные с сопоставительным анализом образа Китайской Народной Республики в российских СМИ и русскоязычных СМИ Китая.

Основные положения диссертации отражены в следующих работах:

**Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных ВАК и Аттестационным советом УрФУ:**

1. Чэн Юйсяо. Семантико-прагматический потенциал наречия по-китайски в современных российских СМИ / Чэн Юйсяо, О. А. Михайлова // Научный диалог. – 2018. – № 9. – С. 46–62; 1 п. л. / 0,5 п. л. (Web of Science)
2. Чэн Юйсяо. Китай в метафорическом зеркале российских СМИ / Чэн Юйсяо // Политическая лингвистика. – 2018. – № 1 (67). – С. 114–119; 0,64 п. л.
3. Чэн Юйсяо. Специфика образной мотивации в русской и китайской фразеологии / Чэн Юйсяо, О. А. Михайлова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 3 (69): В 3-х ч. – Ч. 2. – С. 125–127; 0,4 п. л. / 0,2 п. л.

**Другие публикации:**

4. Чэн Юйсяо. Ценности и антиценности китайской экономики в зеркале российских СМИ / Чэн Юйсяо // тезисы докладов международной научной конференции «Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований» (УрФУ, 14–15 октября 2019 г.). – Екатеринбург : Издательский дом «Ажур», – 2019. – С. 313–314; 0,1 п. л.
5. Чэн Юйсяо. Ценностные черты Китая в языковом сознании русских студентов / Чэн Юйсяо // Тезисы докладов третьего международного научного семинара «Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований» (19 апреля 2018 г.). – Екатеринбург : Издательский дом «Ажур», – 2018. – С. 48–49; 0,1 п. л.
6. Чэн Юйсяо. Тематические группы фразеологического поля «эмоциональное состояние человека» в русском и китайском языках / Чэн Юйсяо // Современные проблемы литературоведения, лингвистики и коммуникативистики глазами молодых ученых. Традиции и новаторство. – Уфа : РИЦ БашГУ, – 2017. – С. 252–256; 0,2 п. л.
7. Чэн Юйсяо. Номинации Китая В российских СМИ / Чэн Юйсяо // Молодые голоса. – Екатеринбург : Издательский дом «Ажур», – 2017. – С. 142–145; 0,18 п. л.
8. Чэн Юйсяо. Особенности создания образности в русской и китайской фразеологии / Чэн Юйсяо // Культурные коды зарубежной литературы: Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (14–15 декабря 2017 г.). – Уфа :

РИЦ БашГУ, – 2017. – С. 141–147; 0,3 п. л.

9. Чэн Юйсяо. Китай как объект оценки в российских СМИ / Чэн Юйсяо // Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований. Тезисы докладов Второго международного научного семинара (11–12 мая 2017 г.). – Екатеринбург : Издательский дом «Ажур», – 2017. – С. 47; 0,07 п. л.
10. Чэн Юйсяо. Номинации Китая в российских СМИ [электронный ресурс] / Чэн Юйсяо // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2017» (10–14 апреля 2017 г.). – Москва : МАКС Пресс, – 2017. – URL: [https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov\\_2017/data/section\\_32\\_10601.htm](https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2017/data/section_32_10601.htm); 0,12 п. л.
11. Чэн Юйсяо. Семантические особенности фразеологических единиц эмоционального состояния русского и китайского языка / Чэн Юйсяо // Русский язык и лингвокультура в сопоставительном аспекте. Материалы ежегодной международной конференции (1–2 июня 2015 г.). – Екатеринбург : Издательский дом «Ажур», – 2016. – С. 4–9; 0,26 п. л.