

ОТЗЫВ

официального оппонента Натальи Николаевны Кошкаровой о диссертации Чэн Юйсяо «Образ Китая в российских СМИ: лингвокогнитивный аспект», представленной на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – Русский язык

На современном этапе развития гуманитарного знания имагологические исследования приобретают все большую важность, так как они способствуют изучению образа (системы образов) той или иной национальной культуры в целях ее репрезентации, саморепрезентации. Центральным термином имагологических исследований является понятие *образ*, изучение которого может производиться на материале разных типов дискурса: художественный, религиозный, политический, масс-медийный. Но именно в дискурсе СМИ актуализируются те характеристики объекта исследования, которые находятся в прямой зависимости от аксиологических установок того, кто создает конкретный медиапродукт. Таким образом, лингвокогнитивное исследование образа одной страны (Китая) в масс-медийном дискурсе другой страны (Россия) свидетельствует о несомненной **актуальности** предложенного исследования.

Безусловно, наиболее разработанным понятие *образ* является в литературоведении, однако средства массовой информации в настоящее время играют такую важную роль в конструировании реальности, что на авансцену науки о языке вышло понятие *медиаобраз*, анализируемое в работе ряда исследователей (Е.Н. Богдан, Е.Г. Малышева, Т.В. Сезонов и др.). Однако большинство исследований медиаобраза сконцентрировано на изучении концептуальных и лингвопрагматических особенностей репрезентации того или иного факта, события, явления, персоны в рамках одной культуры. Взаимодействие культур детерминирует необходимость обращения к изучению отражения образа одной страны в масс-медийном дискурсе другого национально-культурного сообщества. Таким образом,

научная новизна работы заключается в комплексном описании образа Китая, созданного метафорами в российских СМИ.

Теоретическая значимость диссертационного исследования состоит в уточнении методики описания метафорических моделей при проведении имагологических исследований, которая может быть экстраполирована на изучение образа других стран в зарубежных СМИ.

Очевидна и **практическая ценность** проведенного исследования, результаты которого можно использовать в процессе преподавания вузовских дисциплин, в практической деятельности журналистов и специалистов в области межкультурной коммуникации. Представляется, что научный взгляд на репрезентацию образа Китая в российских СМИ будет важен и полезен рядовым гражданам с целью сокращения и элиминации случаев ксенофобского поведения.

В качестве материала для изучения языковых средств и системы метафорических моделей, представляющих Китай в российских средствах массовой информации, были использованы материалы за 2000–2019 гг., представленные в электронных базах данных Национальный корпус русского языка (<http://www.ruscorpora.ru/>) и Интегрум (Integrum.ru). Теоретической базой послужили фундаментальные работы ведущих ученых в области когнитивной лингвистики, концептуальной метафоры и метафорического моделирования. Для решения поставленных задач 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. Все это позволяет признать **обоснованность научных положений и достоверность выводов**, сделанных в работе.

Во **введении** обосновывается актуальность и научная новизна исследования, теоретическая и практическая значимость работы,

обозначаются цели и задачи диссертации, определяются объект и предмет, указываются материал и методы, формулируются основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе **«Теоретико-методологические основы изучения метафоры»** обосновывается исходная теоретическая база, которая будет служить основой для выявления образа Китая, представленного когнитивными метафорами в российских СМИ. Автор рассматривает понятие метафоры и ее лингвистическую интерпретацию, дает критический анализ когнитивному подходу к изучению метафоры, разграничивает метафору и сходные языковые явления (сравнение и метонимию), представляет две методики изучения образа Китая в российских СМИ: 1) выявление тех концептуальных областей, для описания которых частотно используются метафоры – сферы-мишени; 2) выделение доминантных метафорических моделей, используемых в российских СМИ для создания образа Китая. Достоинством этой главы является то, что диссертант демонстрирует широкое знакомство с изысканиями российских и зарубежных ученых по анализируемой проблеме. Важным является и представление четкого алгоритма исследования, который затем станет основой для анализа эмпирического материала.

Во второй главе диссертации **«Метафорическая вербализация концептуальных сегментов образа Китая»** соответственно выявляются концептуальные сферы образа Китая, репрезентированные метафорическими единицами в российских СМИ, и описывается метафорическое представление различных концептуальных сегментов: политика, экономика, народ, культура. В результате анализа делается вывод о том, что для характеристики разных концептуальных сфер Китая в СМИ активно используются антропоморфная, артефактная, природная, мифологическая, милитарная, криминальная, игровая и спортивная, пространственная и космическая метафоры. Достоинством данной части исследования является умение автора находить лингвистический ракурс анализа при изучении

событий политического, экономического, культурно-этнического характера. Однако вместе с тем необходимо отметить, что не всегда языковые феномены классифицированы корректно: так, вряд ли употребление лексем *тряпки*, *тряпье* можно рассматривать как примеры метафор.

Третья глава «**Образ Китая в зеркале метафорических моделей**» описывает специфические доминантные метафорические модели «Китай – это чудо» и «Китай – это угроза», интерпретирующие образ Китая в российских СМИ. Автор приходит к выводу о том, что названные модели являются доминантными, что подтверждается, во-первых, их частотностью и высокой степенью продуктивности: на долю метафор о китайском чуде приходится 34% от общего количества, на долю метафор о китайской угрозе приходится 31%. Полагаем, что выделение двух диаметрально противоположных по своему аксиологическому потенциалу и содержанию метафорических моделей отражает реальную картину мира в части положения Китая на мировой арене и способствует более глубокому пониманию возможного развития событий в области геополитики, экономики и культуры.

В целом проделана большая и тщательная работа, предлагающая основательный вклад в разработку общих и частных проблем когнитивной лингвистики, теории метафоры и медиалингвистики.

Вместе с тем при знакомстве с работой возникает ряд вопросов и замечаний, которые сводятся к следующему:

1. На с. 3 диссертации автор утверждает, что образ вербализируется в метафорах, где достаточно объективно отражается подлинная картина сознания народа. Вероятно, такое утверждение имеет право на существование, но при этом оно не должно быть таким категоричным. Какие еще средства вербализации образа возможно выделить в имагологических исследованиях (лексико-грамматические и стилистические средства, жанровый корпус, аксиологическая составляющая)?

2. Второй вопрос логично вытекает из предыдущего: тема исследования заявлена как образ Китая в российских СМИ, однако объектом изучения автор называет метафорическое словоупотребление в текстах современной российской прессы. Не видится ли диссертанту здесь некоторое противоречие? Безусловно, лингвокогнитивный аспект изучения образа Китая в некоторой степени синонимичен изучению метафорического словоупотребления, но не сводится лишь к нему.

3. События последнего времени в значительной степени повлияли не только на взаимоотношения стран, но и на репрезентацию образа того или иного государства в масс-медийном дискурсе. Как эпидемия коронавируса изменила образ Китая в российских СМИ? Возможно ли сделать какой-то прогноз относительно изменения лингвокогнитивной репрезентации Китая и китайского образа жизни в средствах массовой информации?

Высказанные вопросы не снижают высокой оценки, которую заслуживает обсуждаемая диссертация, и носят во многом дискуссионный характер. Работа Чэн Юйсяо является оригинальным по концепции, тщательным по исполнению исследованием одного из актуальных направлений современной лингвистики и вносит вклад в разработку общих и частных вопросов когнитивной лингвистики, теории метафоры и медиалингвистики. Положения, выносимые на защиту, представляются доказанными. Автореферат и 11 публикаций, из которых 3 в изданиях, рекомендуемых ВАК РФ для публикаций результатов докторских и кандидатских диссертаций, в полной мере отражают содержание работы.

Заключение по работе. Диссертация «Образ Китая в российских СМИ: лингвокогнитивный аспект» представляет собой научно-квалификационную работу, в которой содержится решение задачи изучения языковых средств и системы метафорических моделей, представляющих Китай в российских средствах массовой информации, имеющей значение для развития филологии в области когнитивной лингвистики, и соответствует паспорту научной специальности 10.02.01 – русский язык и требованиям, изложенным

в п. 9 Положения о присуждении ученых степеней в УрФУ. Автор диссертации Чэн Юйсяо заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.01 – Русский язык.

Кошкарлова Наталья Николаевна
доктор филологических наук
(специальность 10.02.01 – русский язык),
доцент, профессор кафедры международных отношений,
политологии и регионоведения
ФГБОУ ВО «Южно-Уральский
государственный университет
(национальный исследовательский университет)»

Контактные данные:

454080, г. Челябинск, пр. Ленина, 76

Тел.: (351) 267-99-00

info@susu.ru; <https://www.susu.ru>

15 июня 2020 г.



Верно
Ведущий документовед
О.В. Гришина