

СМЫСЛОВЫЕ ДОМИНАНТЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА КИТАЯ В РОССИЙСКОМ ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ

Н. И. Курганова

*Белорусский государственный экономический университет,
Минск, Беларусь, nkurganova@gmail.com*

В статье обсуждается проблема конструирования образа Китая в российском газетном дискурсе. Предлагается многоуровневая методика моделирования геополитического образа через призму когнитивной и смысловой структур; на этой основе выделяются смысловые доминанты конструирования образа Китая в газетном дискурсе.

Ключевые слова: образ Китая; когнитивная и смысловая структура; смысловые доминанты; газетный дискурс.

SEMANTIC DOMINANTS OF CONSTRUCTING THE IMAGE OF CHINA IN THE RUSSIAN NEWSPAPER DISCOURSE

N. I. Kurganova

*Belarusian State Economic University,
Minsk, Belarus, nkurganova@gmail.com*

The article discusses the problem of construction of China's image in Russian newspaper discourse. A multilevel methodology of modeling the geopolitical image through the prism of cognitive and semantic structures of the image is proposed; on this basis, the semantic dominants of the image of China are identified.

Keywords: image of China; cognitive and semantic structure; semantic dominants; newspaper discourse.

Китай в последние годы находится в центре пристального внимания СМИ многих стран, что вполне закономерно: эта страна является сегодня одним из восходящих лидеров мировой политики и стратегическим партнером ряда стран. Медийный дискурс национальных государств, будучи социально и идеологически ориентированным, конструирует образ Китайской народной республики (КНР – далее) в соответствии со своими геополитическими интересами и стратегиями. Газетный дискурс не только чутко реагирует на все новостные поводы и подробно отражает изменения в политической, экономической и культурной жизни Китая, но и определенным образом формирует образ этой большой страны в сознании своих читателей. В этих условиях изучение и моделирование геополитических образов Китая через призму газетного дискурса становится актуальной задачей лингвистики и ряда гуманитарных наук.

Настоящее исследование посвящено изучению механизмов и направлений дискурсивного конструирования образа Китая в газетном дискурсе

Российской Федерации (РФ – далее), а также выделению смысловых доминант этого образа через призму газетного дискурса последних лет. Термин *конструирование* понимается нами как целенаправленный процесс порождения высказывания, обусловленный ценностными ориентациями социума и широким кругом политических, экономических и социокультурных факторов.

Наше внимание к особенностям конструирования образа Китая в российском газетном дискурсе обусловлено тем фактом, что Китай выступает сегодня ключевым партнером не только Российской Федерации, с которой наша страна строит единое союзное государства, но и Беларуси. Изучение направлений конструирования образа страны-соседа и страны-партнера в лице КНР имеет большое значение для Республики Беларусь, для которой укрепление и развитие сотрудничества с Китаем входит в число приоритетных. Анализ дискурсивного конструирования образа Китая в российской прессе позволит наметить определенные векторы в планировании издательской и международной политики в отношении ведущих партнеров, ведь любая политика будет успешной только тогда, когда она «разделяется» и поддерживается своим населением. К тому же в перспективе сравнение образов Китая по материалам национальных белорусских и российских газет позволит увидеть общее и особенное в концептуализации образа страны-партнера в газетном дискурсе двух стран.

Итак, чтобы ответить на вопрос, какой образ Китая рисует российский газетный дискурс, мы обратились к материалам выборки статей о Китае из качественной газетной прессы, представленной российской ежедневной общественно-политической газетой «Коммерсантъ-Daily». Выборка материалов проводилась в рамках дипломного исследования студенткой ФМБК Сазоновой А.А. [4] с 1 июля 2020 по 31 июля 2021 из следующих рубрик газеты «Коммерсантъ-Daily»: «Политика», «Экономика», «Культура», «Спорт», «Технологии». Объем выборки по материалам газеты «Коммерсантъ-Daily» за этот период составил 100 текстов, в которых тем или иным образом упоминается Китай.

Как мы уже писали ранее, комплексное исследование образа любой страны предполагает применение серии процедур: выделение *стереотипного ядра* представлений о стране, моделирование *когнитивной и смысловой структур* образа, а также определение *смысловых доминант* конструирования образа [1, с. 32–34]. На наш взгляд, подобный подход позволяет раскрыть содержательные и структурные характеристики геополитического образа страны, функционирующие на разных уровнях языкового сознания (см. подр.: [2] и дает объективные данные о его многоуровневой специфике. В этой связи анализ содержательных и структурных параметров образа Китая на базе российского газетного дискурса включал следующие процедуры:

- 1) моделирование **когнитивной структуры** образа Китая и выделение ведущих направлений конструирования образа;
- 2) моделирование **смысловой структуры** образа Китая;
- 3) выделение **смысловых доминант** конструирования образа (см. [2, с. 33–34]).

Исследование **когнитивной структуры** образа Китая предполагало применение двух операций: 1) классификацию всех отобранных статей по тематическому принципу, что позволило сформировать набор когнитивных слоев и 2) ранжирование полученных слоев на основе их наполняемости. В итоге была смоделирована когнитивная структура, включающая определенный набор *когнитивных слоев*, отражающих основные направления конструирования образа Китая в русскоязычном дискурсе за указанный период:

1. Взаимоотношения Китая с миром (39%).
2. Политическое, экономическое сотрудничество России и Китая (26%).
3. Экономика и технологии Китая (17%).
4. Пандемия и вакцинация в Китае (10%)
5. Внутренние новости Китая (6%)
6. Культура и спорт Китая (2%).

Как видим, **ядро образа** Китая в русскоязычном газетном дискурсе формируют три слоя: 1) «Взаимоотношения Китая с миром» (39%), 2) «Политическое, экономическое сотрудничество России и Китая» (26%) и 3) Экономика и технологии Китая (17%). Ядро четко обозначено и составляет 82% от всего объема выборки. На периферии образа находятся когнитивные слои: «Внутренние новости Китая» (6%) и «Культура и спорт Китая» (2%). В приядерной части отмечен когнитивный слой «Пандемия и вакцинация» (10%), что обусловлено экстраординарной ситуацией в тот период в связи с мировой пандемией коронавируса.

Содержательные характеристики образа Китая раскрываются на семантическом уровне через процедуру моделирования **смысловой структуры** образа Китая. Смысловая структура представляет собой набор существенных и несущественных признаков, выделенных в газетном тексте и ранжированных в соответствии с их значимостью [3, с. 20–25]. Основой для моделирования смысловой структуры послужил набор специально разработанных приемов и средств, включающий приемы контент-анализа, количественные подсчеты и ранжирование смыслов с учетом их частоты актуализации в дискурсе. Так, в первом, самом большом по наполняемости когнитивном слое «**Взаимоотношения Китая с миром**» (39%) на основе контент-анализа были дифференцированы следующие смысловые блоки:

- 1.1. Китай и США (22%);

1.2. Китай и страны Южной и Юго-Восточной Азии, Океании, Ближнего Востока (11%);

1.3. Китай и Европейское Сообщество (6%).

Затем с помощью учета содержательных характеристик вербальной репрезентации текстов в смысловом блоке 1.1 «Китай и США» был выделен ряд смысловых признаков: *Китай является серьезным конкурентом США (14%); США ограничивает торговлю с Китаем из-за игнорирования Китаем правил «рыночной демократии» (5%); Китай отказывается от переговоров по контролю вооружения (3%)*.

В смысловом блоке 1.2 «Китай и страны Южной и Юго-Восточной Азии, Океании, Ближнего Востока» (11%) дифференцируются следующие концептуальные признаки: *Китай налаживает отношения со странами Ближнего Востока (4%); Конфликт между Китаем и Австралией набирает новые обороты (3%); Китай вступает в конфликт с Индией (2%); Китай борется с Японией за лидерство в регионе (2%)*.

В смысловом блоке 1.3 «Китай и Европейское Сообщество» (6%) дифференцируются два концептуальных признака: *Европа видит в Китае опасного соперника (4%); Европа пытается защитить свой рынок и сделать отношения более равноправными (2%)*.

Содержание второго по наполняемости когнитивного слоя «**Политическое и экономическое сотрудничество Китая с РФ**» (27%) раскрывается с помощью следующих признаков: *Россия укрепляет экономические отношения с Китаем (16%); Российская Федерация укрепляет политические отношения с Китаем и развивает сотрудничество между «Единой Россией» и компартией КНР (7%); Россия планирует долгосрочное экономическое сотрудничество с Китаем (4%)*.

Третьим по наполняемости когнитивным слоем является «**Экономика и технологии Китая**» (17%); в нём дифференцируются четыре концептуальных признака: *Китайские компании выпускают новые продукты в стране и за рубежом (6%); Экономическая активность Китая быстро восстанавливается после пандемии (4%); Китай осваивает космос (4%); Китайские компании добиваются успеха на международном рынке технологий (3%)*. Ключевой идеей этого слоя является мысль о том, что, несмотря на жёсткую конкуренцию, Китай продолжает оставаться бесспорным лидером на мировом рынке технологий.

На заключительном этапе анализа для выделения смысловых доминант конструирования образа Китая мы выделили набор самых частотных смысловых признаков, актуализированных в материалах выборки. В итоге структуру ведущих признаков, определяющих образ Китая в русскоязычном газетном дискурсе, можно представить в следующем виде:

1) Россия планирует долгосрочное экономическое и политическое сотрудничество с Китаем и успешно укрепляет политические и экономические отношения с КНР;

2) Отношения между Китаем, США и блоком НАТО носят конфронтационный характер; Китай является серьезным конкурентом для США и Европы;

3) Экономика Китая быстро восстанавливается после пандемии, страна активно развивает новые технологии и осваивает космос.

4) КНР стремится развивать дружественные партнёрские отношения со странами Ближнего Востока и последовательно отстаивает свои интересы в регионе.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что конструирование образа Китая в российском дискурсе направляется ведущими смысловыми доминантами: а) Россия стремится развивать долгосрочное экономическое и политическое сотрудничество с Китаем; б) Китай – мощная экономическая и инновационная держава, осуществляющая независимую политику в регионе и мире; в) Китай является серьезным конкурентом для США и Западной Европы и стратегически важный политический партнер для РФ.

Таким образом, анализ российского газетного дискурса подтверждает мысль о том, что в медийном пространстве Китай – это стратегический партнер России; это ведущая мировая держава, которая проводит независимую внешнюю политику. Россия заинтересована в многовекторном политическом и экономическом сотрудничестве с восточным соседом.

Проведенное исследование в долгосрочной перспективе может помочь Республике Беларусь выстраивать с КНР более гармоничные отношения, учитывая опыт наиболее влиятельного соседа.

Библиографические ссылки

1. *Курганова Н.И.* Национально-культурная специфика языкового сознания жителей Арктического региона // под общ. ред. Н.И. Кургановой. Мурманск: МАГУ, 2017.

2. *Курганова Н.И.* К выделению уровней сознания языковой личности // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты № 26–2. 2021. ФГБОУ ВО Сочинский гос. ун-т. Сочи, СГУ. С. 23–26.

3. *Курганова Н.И.* Национальная картина мира: параметры и методика исследования // Вестник МГЛУ. Сер.1, Филология. 2017. № 6 (91).

4. *Сазонова А.А.* Дипломная работа «Конструирование образа Китая через призму русскоязычного, англоязычного и франкоязычного газетных дискурсов рукопись. Минск, БГЭУ, 2022.