

РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Политическая лингвистика. 2025. № 1 (109).

Political Linguistics. 2025. No 5 (109).

УДК 811.111(73)'42+811.111(73)'38

ББК Ш143.21-51+Ш143.21-55

ГРНТИ 16.21.27; 16.21.33

Код ВАК 5.9.8; 5.9.6

Юлия Олеговна Васильева^{1✉}, Любовь Вячеславовна Коцюбинская^{2✉}

^{1,2} Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина, Санкт-Петербург, Россия

¹ vas_julia97@mail.ru[✉], SPIN-код: 2473-8933

² l.kocubinskaya@lengu.ru[✉], SPIN-код: 7443-8020

Аксиологическая составляющая медиаобраза Китая в контексте политической конфронтации (на материале американских СМИ)

АННОТАЦИЯ. Цель данной статьи заключается в выявлении аксиологической составляющей медиаобраза Китая в американском медиaprостранстве в контексте политической конфронтации. Авторы рассматривают тексты американских СМИ как инструмент формирования негативного медиаобраза Китая. Аксиологический компонент медиаобраза выделяется с точки зрения концептуальной оппозиции «свой — чужой», которая реализуется посредством использования в текстах СМИ цитирования, аналитически комментирующей и идеологически-оценочной части. Анализ в исследовании проводится на основе метода лингвомедийного конструирования. В результате анализа выделяются четыре идеологемы, образующие медиаобраз Китая в американских СМИ: «Китай — враг США», «Китай зависит от авторитарной политики Си Цзиньпина», «Китай — опасность для мира», «Экономика Китая находится в стагнации». В статье приводится подробный разбор первых двух идеологем. Авторы выделяют основные лексико-стилистические средства создания идеологем, такие как метафора, эпитет, перифраз, метонимия, ирония и др. Особая роль отводится анализу функционирования идеологически окрашенной лексики. Данные средства оказывают идеологическое воздействие на реципиента, что отражается в формировании определенного медиаобраза Китая. В результате исследования сделан вывод о негативной репрезентации Китая в американских СМИ, где Китай представлен как враждебное и авторитарное государство.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: аксиологический компонент, журналистика, медиалингвистика, медиадискурс, медиатексты, средства массовой информации, язык СМИ, языковые средства, американские СМИ, медиаобразы, образ Китая, политический дискурс, новостной дискурс, лингвомедийное конструирование, идеологемы, вербальные средства.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: Васильева Юлия Олеговна, старший преподаватель кафедры лингвистики и перевода, Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина; 196605, Россия, Санкт-Петербург, Петербургское ш., 10; email: vas_julia97@mail.ru.

Коцюбинская Любовь Вячеславовна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой лингвистики и перевода, декан факультета иностранных языков, Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина; 196605, Россия, Санкт-Петербург, Петербургское ш., 10; email: l.kocubinskaya@lengu.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Васильева, Ю. О. Аксиологическая составляющая медиаобраза Китая в контексте политической конфронтации (на материале американских СМИ) / Ю. О. Васильева, Л. В. Коцюбинская. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2025. — № 1 (109). — С. 46-53.

Yuliya O. Vasil'eva^{1✉}, Lyubov' V. Kotsyubinskaya^{2✉}

^{1,2} Pushkin Leningrad State University, St. Petersburg, Russia

¹ vas_julia97@mail.ru[✉], SPIN code: 2473-8933

² l.kocubinskaya@lengu.ru[✉], SPIN code: 7443-8020

The Axiological Constituent of the Media Image of China in the Context of Political Confrontation (On the Material of American Mass Media)

ABSTRACT. The aim of this article is to identify the axiological constituent of the media image of China in the American media space in the context of political confrontation. The authors look at the texts of American media as a tool for constructing a negative media image of China. The axiological constituent of the media image is identified in terms of the conceptual opposition of “own-alien”, which is realized in media texts through the use of quotations, analytical commentary and ideological evaluation. The research analysis is carried out on the basis of the method of linguo-media construction. The analysis in question identifies four ideologemes that form the media image of China in the American media: “China is an enemy of the United States”, “China depends on Xi Jinping's authoritarian policy”, “China is a danger to the world”, and “China's economy is stagnating”. The article provides a detailed analysis of the first two ideologemes. The authors identify the main lexical and stylistic means of creating ideologemes, such as metaphor, epithet, periphrasis, metonymy, irony and others. A special role is given to the analysis of the functioning of ideologically loaded vocabulary. These means exert an ideological impact on the recipient, which is reflected in the formation of a certain media image of China. The study concludes that China is negatively represented in the American media, where it is shown as a hostile and authoritarian state.

KEYWORDS: *axiological constituent, journalism, media linguistics, media discourse, media texts, mass media, mass media language, language means, American media, media images, image of China, political discourse, news discourse, linguo-media construction, ideologemes, verbal means.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Vasil'eva Yuliya Olegovna, Senior Lecturer of Department of Linguistics and Translation, Pushkin Leningrad State University, St. Petersburg, Russia.*

Kotsyubinskaya Lyubov' Vyacheslavovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Head of Department of Linguistics and Translation, Dean of the Foreign Languages Faculty, Pushkin Leningrad State University, St. Petersburg, Russia.

FOR CITATION: *Vasil'eva Yu. O., Kotsyubinskaya L. V. (2025). The Axiological Constituent of the Media Image of China in the Context of Political Confrontation (On the Material of American Mass Media). In Political Linguistics. No 1 (109), pp. 46-53. (In Russ.).*

ВВЕДЕНИЕ

Расстановка сил на геополитической арене в данное время находится на острие: борьба за лидерство между США и Китаем принимает новые обороты. Стремительное развитие Китая в экономической и научно-технической области приводит к увеличению шансов становления Китая как глобального экономического лидера и, как следствие, государства, оказывающего высокое влияние на политическую обстановку в мире. Данное влияние вызывает ответную реакцию со стороны властей США, что приводит к усугублению конфронтации между двумя сверхдержавами.

Политика немыслима без коммуникации: благодаря данному процессу передаются различные идеи и смыслы, в частности, транслируются политические ценности и концепции. На сегодняшний день одним из ключевых инструментов политики являются СМИ, которые формируют определенные представления, призванные оказывать влияние на динамику развития человеческого общества, функционирование механизмов государственного управления и международного взаимодействия [Хабаров, Чудинов, Ян 2022: 160]. В этой связи В. В. Фокина замечает, что СМИ как инструмент политической власти осуществляют пропаганду государственной идеологии, навязывание собственных культурных ценностей, образцов поведения, схем мышления и деморализацию противника, формирование общественного мнения относительно внешней политики государства [Фокина 2013: 62].

Интерпретация события в СМИ, по замечанию Т. Г. Добросклонской, осуществляется в свете той или иной идеологии, т. е. происходящее представляется аудитории сквозь призму определенной системы культурных ценностей и политических ориентиров [Добросклонская 2005: 20]. Противоборствующие стороны стремятся представить событие в выгодном для себя идеологическом свете. Тексты СМИ в условиях информационной войны репрезентуют реальное событие посредством реализации концептуальной оппозиции «свой — чужой» [Цыбина 2023: 83], ко-

торая, в свою очередь, создается различными приемами и средствами языкового воздействия [Моисеенко 2020: 228]. Е. Н. Молодых рассматривает отдельные языковые средства как развертываемые в пределах текста в составе коммуникативной стратегии [Молодых 2019: 71]. Автор отмечает стратегию создания образа чужих и риторическую стратегию легитимизации политических решений [Молодых 2019: 71].

Через тексты в медиасфере конструируется медиаобраз объекта, который является результатом взаимодействия мира СМИ и реципиента. За основу примем определение Л. В. Хочунской, где **медиаобраз** рассматривается как «закодированное в медийном тексте ценностное представление автора о медиаобъекте, имеющее диалогический (полилогический) характер и вызывающее ценностную реакцию адресата» [Хочунская 2013: 93]. Автор рассматривает аксиологический подход в изучении данного феномена. В лингвистике анализ ценностных предпочтений открывает возможности для исследования национального языкового сознания, построения модели языковой личности [Коцюбинская, Кузина 2015: 59]. Аксиологическая интерпретация позволяет сосредоточиться как на глубинном плане содержания, так и на плане выражения, представленном многоуровневыми языковыми средствами [Лингвистика и аксиология 2011: 26].

Изучение медиаобраза с точки зрения категорий ценности и оценки представляет большой исследовательский интерес, так как основные формы существования ценностей (индивидуальные личностные ценности и общественные идеалы, имеющие надындивидуальный характер [Молодых 2015: 10]) и оценка зависят от политических и идеологических взглядов субъектов высказывания [Хаберкирова 2009: 20–21], в частности, субъектов СМИ.

Рассмотрим медиаобраз как совокупность идеологем [Коцюбинская, Кузина 2021: 2773]. Идеологеме понимается как «лингвокогнитивная единица, заключающая в себе идеологизированное представление о фрагменте окружающего мира, создаваемое единицами языка» [Коцюбинская, Кузина 2021:

2774]. Лингвистический компонент идеологии реализуется в медиатекстах посредством цитирования, а также наличием аналитически комментирующей и идеологически оценочной части [Добросклонская 2009: 87]. Идеологемы в СМИ выделяются в результате декодирования медиатекста реципиентом, синтезируя медиаобраз.

Создание определенного медиаобраза Китая в американских СМИ базируется на политической повестке США, что, в свою очередь, выражается в репрезентации реального события в СМИ. Медиатексты иллюстрируют разные подходы и мотивы освещения событий вокруг китайского государства и общества [Хабаров, Чудинов, Ян 2022: 161]. По наблюдению А. А. Хабарова, в американском медиапространстве прослеживаются системные тренды дисфемизации медийного образа КНР, дискредитации решений и действий партийной элиты страны [Хабаров 2022: 79].

В настоящем исследовании рассмотрим аксиологическую составляющую медиаобраза Китая в контексте политической конфронтации на материале американских СМИ, интерпретирующих реальное событие «Выборы Председателя КНР в 2023 году».

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Данная работа основывается на методе лингвомедийного конструирования события [Добросклонская 2021: 108]. Материалом исследования послужили публикации газет «The Wall Street Journal», «New York Times», «New York Post», реконструирующие реальное событие «Выборы Председателя КНР в 2023 году». Анализ медиатекстов позволил выделить следующие идеологемы медиаобраза Китая: «Китай — враг США», «Китай зависит от автократии Си Цзиньпина», «Китай — опасность для мира», «Экономика Китая находится в стагнации». Более подробно рассмотрим первые две идеологемы.

1. Идеологема «Китай — враг США»

Реципиентам предлагается образ Китая как враждебно настроенного по отношению к США государства. Авторы используют цитату бывшего министра иностранных дел Цинь Гана, в которой содержится идеологически окрашенная лексика:

*Chinese Foreign Minister Qin Gang warned in a news briefing that “there will surely be **conflict** and **confrontation**” if the U.S. doesn’t change course [The Wall Street Journal].*

Использование данной цитаты, содержащей идеологически окрашенные лексемы «**confrontation**» (a situation in which people or groups with opposing ideas or opinions disagree angrily [CALD]) и «**conflict**» (fighting between two or more groups of people or coun-

tries [CALD]), которые усиливаются глаголом «**warn**» (to make someone aware of a possible danger or problem so that it can be avoided [CALD]), показывает, что конфронтация между США и Китаем зарождается со стороны КНР, так как «предупреждение» о возможном конфликте стран можно декодировать как эвфемизм понятия «угроза».

Си Цзиньпин представляется в американской прессе как политик, готовящий страну к конфронтации с США:

*1. Mr. Xi has been gradually **girding the country** for confrontation with the U.S. [The Wall Street Journal].*

*2. Again, Mr. Xi used the chance to **warn of threats** to China’s security [New York Times].*

*3. People familiar with Mr. Xi’s thinking say that the leader has expressed a **growing sense of pessimism** about relations between China and the U.S., and that he believes that talk in Washington of a **potential conflict** between the two superpowers may ultimately prove to be a “self-fulfilling prophecy.” [The Wall Street Journal].*

В первом примере глагол «**gird**» (1: to prepare (oneself) for action; 2 a: to encircle or bind with a flexible band (such as a belt), b: to make (something, such as clothing or a **sword**) fast or secure (as with a cord or belt), c: surround; 3: provide, equip [MWD]) метафорически передает образ Си Цзиньпина как военачальника, снаряжающего Китай для конфронтации с США.

Устойчивое выражение «**to use a chance**» во втором примере показывает, что Си Цзиньпин лишний раз использовал возможность, чтобы продемонстрировать наличие угрозы со стороны Соединенных Штатов; это означает, что политик под любым предлогом стремится обвинить США в давлении.

Более того, для фиксирования негативной ассоциации по отношению к политическому, а также для подтверждения наличия конфронтации сверхдержав, в анализируемых медиатекстах авторы цитируют Си Цзиньпина:

*1. “Some of those who want to **choke our throats** really do want to start from upstream,” Mr. Xi replied, according to the official account of the meeting [New York Times].*

*2. “Western countries — led by the US — have implemented all-round **containment, encirclement** and **suppression** against us, **bringing** unprecedentedly **severe challenges** to our country’s development,” Xi said in a speech to China’s top political advisory body [New York Post].*

Си Цзиньпин использует в своей речи эмоционально окрашенную идиому «**to choke one’s throat**», а также следующие лексемы «**containment**» (an attempt to keep another country’s political power within limits without having a war with them [CALD]), «**encirclement**» (the act of forming a circle around

or the state of being enclosed within a circle [Collins]), «**suppression**» (the act of ending something by force [CALD]).

В данных примерах показаны цитаты Си Цзиньпина, в которых он обвиняет США в давлении на КНР, что подтверждает наличие конфронтации между данными странами. В тексте последняя цитата приводится после информации об уничтожении китайского разведывательного шара в воздушном пространстве США ([...] **spy balloon incident** — *which saw surveillance craft reportedly launched from China's Hainan Island hover over sensitive US nuclear weapons sites* [New York Post]), тем самым «обеляя» действия американский властей, показывая их как противоборствующую силу в ответ на агрессию Китая. В фразе «**spy balloon incident**» авторы намеренно используют эмоционально окрашенную лексику «**spy**» (to secretly collect and report information about the activities of another country or organization [CALD]), открыто обвиняя Китай в шпионаже, тем самым реализуя концептуальную оппозицию «свой — чужой», а также раскрывая образ Китая как врага США.

Американские СМИ дают оценку действиям китайского лидера, прогнозируя ответные действия со стороны США:

1. *Mr. Xi's warnings against the West may help to solidify support at home, but a more **pugnacious** stance risks escalating tensions with Washington* [New York Times].

2. *But his **unusually blunt** warning against U.S. intentions will also ripple through the Chinese political system* [New York Times].

Эпитеты «**pugnacious**» (wanting to start an argument or fight, or expressing an argument or opinion very forcefully [CALD]) и «**blunt**» (saying what you think without trying to be polite or considering other people's feelings [CALD]) в данных предложениях расценивают слова Си Цзиньпина по отношению к США как неприемлемые и грубые, создавая образ Председателя КНР как человека, провоцирующего конфликт между странами.

В анализируемых медиатекстах авторы используют идеологически окрашенную лексику «**rivalry**» (a situation in which people, businesses, etc. compete with each other for the same thing [CALD]) для описания конфронтации между Китаем и США.

1. *Xi Jinping solidified his status as China's most powerful leader in decades by sweeping into a new term as president on Friday, as he **steels** the country for an era of **superpower rivalry** and seeks to revive a battered economy* [New York Times].

2. *Chinese leader Xi Jinping secured an unprecedented third term as his country's head of state, completing a transition into the second*

*decade of his rule as he seeks to reassert himself as a global statesman and **navigate an increasingly fractious rivalry** with the U.S.* [The Wall Street Journal].

Оба примера используются в статьях в первых абзацах в качестве зачина текста, который определяет основную проблему повествования. Авторы намеренно используют данную лексику, чтобы подтвердить наличие соперничества между странами, а именно возложить ответственность за это на Председателя КНР Си Цзиньпина, что доказывается использованием глаголов «**steel**» (to force yourself to get ready to do something unpleasant or difficult [CALD]), «**navigate**» (to lead a company, activity, etc. in a particular direction, or to deal effectively with a difficult situation [CALD]). Во втором примере эпитет «**fractious**» (tending to argue, fight, or complain, and hard to control [CALD]) интенсифицирует негативную коннотацию лексики «**rivalry**», такая трактовка призвана создать образ конфронтации сверхдержав как неконтролируемый процесс, который может привести к печальным последствиям.

Помимо цитирования, в СМИ широко распространено использование метонимии [Самкова 2019: 102]:

1. *He has also beefed up the Chinese military and accelerated an expansion of its nuclear arsenal to guard against **Washington's** perceived efforts to suppress **China*** [The Wall Street Journal].

2. *Chinese leader will formally become longest serving head of state since 1949, as tensions build with **Washington*** [The Wall Street Journal].

3. ***China's** Xi Jinping Takes Third Term as President With Eye on **U.S.*** [The Wall Street Journal].

В данных примерах названия стран и городов замещают конкретные субъекты действия для создания эффекта масштабности события. Топоним **China** используется для фиксирования отрицательной ассоциации по отношению к данной стране. В первом примере усиление негативности также происходит благодаря использованию военной терминологии (**military, expansion, nuclear arsenal**), так как Китай изображается как страна, готовящаяся к военному столкновению с Соединенными Штатами, что наращивает напряжение. Топонимы **Washington, the U.S.** интерпретируются как противник действий Китая, что закрепляет положительную ассоциацию. Функционирование метонимии в данных контекстах также определяет концептуальную оппозицию «свой — чужой», где Китай представлен как враг США.

В публикации «New York Times» упоминается встреча лидеров КНР и США в 2022 году в Индонезии. Данная заметка сопровождается фотоматериалом, на кото-

ром Си Цзиньпин и Джо Байден собираются обменяться рукопожатиями. Авторы медиа-текста комментируют ситуацию, используя метафору «**rein**» в предложении «*Mr. Xi and President Biden had been moving to rein in tensions, but their efforts have been overtaken by disputes over a Chinese surveillance balloon*» [New York Times], создавая метафорический образ «напряженности» как «строптивного коня», которого необходимо «обуздать». Однако намек на улучшение отношений между странами нейтрализуется благодаря наличию противопоставления «**but**» и отсылке к ситуации с китайским разведывательным шаром, что производит влияние на реципиента, косвенно зарождая тезис о невозможности примирения данных стран.

Так, идеологема «Китай — враг США» базируется на стилистическом приеме гиперболы, что усиливается использованием метонимии, метафор и эпитетов. Цитирование китайского лидера и официальных лиц партии создает образ Китая как государства, провоцирующего конфликт между США и КНР. Китай представляется как враг США благодаря использованию военной терминологии.

2. Идеологема «Китай зависит от автократии Си Цзиньпина»

Согласно статье 1. Конституции КНР, Китайская Народная Республика является социалистическим государством демократической диктатуры народа, руководимым рабочим классом и основанным на союзе рабочих и крестьян¹. В Китае существует 8 партий, Коммунистическая партия Китая является главенствующей. В американских СМИ коммунизм противопоставляется американской демократии, где прослеживается концептуальная оппозиция «свой — чужой»:

[...]demonstrate the superiority of its one-party system over American democracy [The Wall Street Journal].

В данном примере авторы намеренно совершают фактическую ошибку, назвав политическую систему Китая «однопартийной». Таким образом, данный прием акцентирует внимание реципиента на отсутствии демократической диктатуры народа, иносказательно демонстрируя недостаток свобод в Китае.

В публикации «The Wall Street Journal» Си Цзиньпина сравнивают с бывшим председателем КНР Мао Цзэдуном, провозгласившим начало Китайской Народной Республики в 1949. В американских СМИ, и, в частности, в данной статье (*[...]it suffered during Mao's mercurial dictatorship* [The Wall Street Journal]) создается образ Мао Цзэдуна как диктатора.

1. *[...]no one had held office as China's titular head of state for longer than 10 years since Mao Zedong proclaimed the dawn of the People's Republic more than seven decades ago* [The Wall Street Journal].

2. *That power play stunned many party insiders and ordinary Chinese, sparking concerns that China was drifting back toward Mao-style autocracy* [The Wall Street Journal].

Во втором примере присутствует прилагательное «**Mao-style**», образованное с помощью морфологического показателя **-style**. Авторы сравнивают политическую систему КНР во время председательства Мао Цзэдуна с политической системой Си Цзиньпина, что несет негативную коннотацию как посредством употребления термина «**autocracy**», так и сравнения с личностью Мао Цзэдуна.

В американской прессе Си Цзиньпин представлен как авторитарный политик, который превышает свои полномочия на посту Председателя КНР:

[...] Mr. Xi has continued to centralize power in his own hands [The Wall Street Journal].

В примере используется идиома «**in own hands**» (controlled or owned by someone [CALD]), которая усиливается словосочетанием «**centralize power**», которая показывает, что власть в Китае принадлежит именно Си Цзиньпину.

His reappointment was a foregone conclusion, as Xi ran unopposed in what is portrayed as a contest [New York Post].

В данном предложении авторы применяют термин изобразительного искусства «**portray**» (to represent or describe someone or something in a painting, film, book, or other artistic work [CALD]), чтобы метафорически показать формальность данных выборов, результаты которых были «нарисованы» китайскими властями.

China's Xi Jinping awarded a third five-year term as president in race with no opponent [New York Post].

Использование существительного «**race**» (an attempt to be the first to do or to get something [CALD]) в настоящем примере усиливается коллокацией «**with no opponent**», что создает когнитивный диссонанс у реципиента, порождая негативный медиаобраз Си Цзиньпина как человека, не умеющего вести честную борьбу.

He has used the largely ceremonial presidency to cast himself as China's face to the world [The Wall Street Journal].

Метафора «**China's face**» обозначает «лицо, представляющее Китай на международной арене», а также имеет отсылку к «культуре

¹ Конституция КНР, Преамбула. — Пекин : Изд-во литературы на иностранных языках, 1982.

сохранения лица» (репутации), свойственной восточноазиатским странам. В данном контексте метафора образует вместе с эпитетом «*the largely ceremonial presidency*» систему, в которой Китай представляется мощной державой, однако конструкция «*he has used*» описывает интенцию Председателя Си Цзиньпина в проведении мероприятия именно в таком масштабе, что отражает образ авторитарного политика.

He will keep holding the three main crowns of power in China — party, military and state — with no rivals or potential successors vying for attention [New York Times].

В данном предложении авторы используют лексему «*crown*» (a circular decoration for the head, usually made of gold and jewels, and worn by a king or queen at official ceremonies [CALD]) в качестве метафорического образа Си Цзиньпина как короля, имеющего безграничную власть над всеми государственными органами. Образное представление Си Цзиньпина как монарха в социалистическом государстве отождествляет его с диктатором.

The Communist Party-controlled legislature endorsed Xi Jinping for an unprecedented third term as China's president in a ritual ballot, cementing his dominance [New York Times].

В подзаголовке публикации «New York Times» используется метафора «*cement*» (to make something such as an agreement or friendship stronger [CALD]), показывающая надежное укрепление Си Цзиньпина у власти. Данная метафора имеет негативную коннотацию, так как «укрепление во власти» на долгое время свидетельствует о наличии авторитаризма.

Более того, СМИ описывают третий срок Си Цзиньпина в должности Председателя КНР, давая ему оценку с помощью следующих эпитетов: *a new term*, *a fresh term*, *an unprecedented third term*, *a norm-breaking third term*.

1. *Xi Jinping solidified his status as China's most powerful leader in decades by sweeping into a new term as president on Friday* [New York Times].

2. [...] *he had already claimed a fresh term as party leader in October* [New York Times].

3. *Chinese leader Xi Jinping secured an unprecedented third term as his country's head of state* [The Wall Street Journal].

4. [...] *had been considered a formality after the 69-year-old took a norm-breaking third term as Communist Party chief last fall* [The Wall Street Journal].

Несмотря на то, что первые два эпитета обладают эксплицитным положительным значением, последние два примера показывают, что третий срок является «беспрецедентным» и «нарушающим нормы», так как Си

Цзиньпин «*abolished what had been a two-term limit*» [New York Times], следовательно эпитеты «*new*» и «*fresh*» носят негативную окраску.

Отрицательный образ Си Цзиньпина как авторитарного политика в американских СМИ дополняется утверждениями о зависимости Коммунистической партии от Председателя:

1. *Mr. Xi is set to become China's longest serving head of state since the Communist victory in 1949 after the country's rubber-stamp legislature formally vested him with another five years as president on Friday* [The Wall Street Journal].

2. *Mr. Xi and his top lieutenants have not yet offered specific responses to the deep unease in China's private business community* [New York Times].

3. *Chinese leader Xi Jinping on Friday was awarded an unprecedented third five-year term as president* [New York Post].

В первом примере используется лексема «*rubber-stamp*» (1. a small device with raised letters made of rubber, used for printing the date, name of an organization, etc. on documents; 2. used to describe a group or organization that gives approval to ideas, projects, laws, etc. without examining them carefully first [CALD]), с помощью которой создается метафорический образ законодательного органа КНР как штампа, который бездумно используется для увеличения числа проголосовавших за переизбрание Си Цзиньпина.

Во втором примере авторы используют военный термин «*lieutenants*» (an officer of middle rank in the armed forces [CALD]), метафорически подразумевая помощников, готовых выполнять любые задания по приказу лидера.

В третьем примере в пассивном залоге присутствует глагол «*award*» (to give money or a prize following an official decision [CALD]), создавая метафорический образ председательского срока в качестве приза, который получил Си Цзиньпин в результате выборов. Данная метафора подчеркивает авторский замысел, заключающийся в изображении выборов в Китае как нелегитимной процедуры избрания лидера страны за счет использования ироничного подтекста.

Chinese officials and diplomats say that they are unable to discuss anything significant with their American counterparts without a clear directive from Mr. Xi. One high-ranking former Chinese diplomat said that, in the current climate, few senior officials are willing to smile while posing for photos with Americans [The Wall Street Journal].

Во фразе «*few senior officials are willing to smile while posing for photos with Americans*» прослеживается ироничное высказывание, которое описывает отсутствие готовности Китая к улучшению отношений с США

из-за внешнеполитической повестки Китайской Народной Республики. Американская пресса насмехается над китайской элитой, представляя ее как политически несвободный от китайской автократии институт. Данное утверждение подтверждается словами «*without a clear directive from Mr. Xi*», указывающими на то, что Си Цзиньпин полностью контролирует партию.

Американские СМИ также насмехаются над Коммунистической партией Китая, показывая, что действия китайских политиков неочевидны и непрозрачны:

Party insiders say Mr. Xi may flex his clout by appointing a fellow member of the party's inner sanctum, the seven-member Politburo Standing Committee, as his chief of staff [The Wall Street Journal].

Авторы используют устойчивое словосочетание «*inner sanctum*» (a private place or room that only a few important people are allowed to enter — often used humorously [LDOCE]) в качестве аллюзии к Политбюро ЦК КПК, в состав которого входят самые влиятельные политики, тем самым проводя аналогию с закрытыми тайными обществами. Данная метафора создает впечатление, что невозможно попасть в Политбюро ЦК КПК посредством выборов, а члены данного образования назначаются высшим органом, а именно Председателем КНР.

Таким образом, идеологема «Китай зависит от автократии Си Цзиньпина» выстраивается с помощью стилистических приемов иронии, метафоры, сравнения, эпитетов, а также с помощью использования идеологически оценочной лексики. В связи с тем, что американское общество выносит ценность прав и свобод на первый план, данная идеологема занимает высокую позицию при реконструкции медиаобраза Китая в американских СМИ.

ВЫВОДЫ

В условиях продолжающейся конфронтации Китая и США, освещение реального события «Выборы Председателя КНР в 2023 году» транслируется в американских СМИ посредством анализа действий Си Цзиньпина на должности Председателя в предыдущих двух сроках по отношению к Соединенным Штатам, внешнеполитической повестки Китая в мире, экономического и внутриполитического положения страны.

Нами было выделено 4 идеологемы, образующие медиаобраз Китая в американской прессе: «Китай — враг США», «Китай — опасность для мира», «Экономика Китая находится в стагнации», «Китай за-

висит от автократии Си Цзиньпина», которые преимущественно строятся на использовании гиперболы, идеологически оценочной лексики и военной терминологии, цитировании, метонимии, эпитетах, иронии, метафоре, закрепляя отрицательный медиаобраз Китая.

Таким образом, репрезентация реального события «Выборы Председателя КНР в 2023 году» в американских СМИ создает негативный образ Китая: враждебное государство, порождающее конфликт с США, который может привести к военному столкновению сверхдержав; государство, увеличивающее свой военный потенциал для противоборства со странами мира; страна, поддерживающая военные решения конфликтов и тайные лабораторные эксперименты, которые негативно влияют на мировую обстановку; китайская экономика ограничена жестким влиянием Коммунистической партии Китая, что приводит к ее медленному росту или стагнации; авторитарное государство, законодательные и исполнительные органы которого напрямую зависят от диктатуры Си Цзиньпина, превышающего свои должностные полномочия на должности Председателя КНР, а также сосредоточившего власть исключительно в собственных руках.

ИСТОЧНИКИ

1. CALD — Cambridge Advanced Learner's Dictionary and Thesaurus. — URL: <https://dictionary.cambridge.org> (date of access: 30.10.2024). — Text : electronic.
2. China's Xi Jinping awarded a third five-year term as president in race with no opponent // New York Post. — URL: <https://nypost.com/2023/03/09/chinas-xi-jingping-secures-precedent-breaking-third-term-as-president/> (date of access: 29.10.2024). — Text : electronic.
3. China's Xi Jinping Takes Third Term as President With Eye on U.S. // The Wall Street Journal. — URL: <https://www.wsj.com/articles/chinas-xi-takes-third-term-as-president-with-eye-on-u-s-eaebef4c> (date of access: 01.10.2024). — Text : electronic.
4. LDOCE — Longman Dictionary of Contemporary English. — URL: <https://www.ldoceonline.com/> (date of access: 30.10.2024). — Text : electronic.
5. MWD — Merriam-Webster Dictionary. — URL: <https://www.merriam-webster.com> (date of access: 30.10.2024). — Text : electronic.
6. Xi Seals His Political Supremacy, Focusing on Economy and U.S. Rivalry // New York Times. — URL: <https://www.nytimes.com/2023/03/09/world/asia/xi-economy-us-rivalry.html> (date of access: 29.10.2024). — Text : electronic.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи / Т. Г. Добросклонская. — 2-е издание, стереотипное. — Москва: УРСС, 2005. — 286 с. — Текст : непосредственный.
2. Добросклонская, Т. Г. Лингвистические способы выражения идеологической модальности в медиатекстах / Т. Г. Добросклонская. — Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2009. — № 2. — С. 85–94.
3. Добросклонская, Т. Г. Лингвомедийное конструирование события в новостном дискурсе / Т. Г. Добросклонская. — Текст : непосредственный // Медиалингвистика. Вып. 8. Язык в координатах массмедиа. — Санкт-Петербург : Медиапапир, 2021. — С. 108–112.

4. Коцюбинская, Л. В. К вопросу об аксиологии в лингвистике / Л. В. Коцюбинская, О. А. Кузина. — Текст : непосредственный // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. — 2015. — Т. 7, № 1. — С. 59–66.

5. Коцюбинская, Л. В. Медиаобраз как совокупность идеологием (на примере медиаобраза Виктора Януковича, репрезентированного в англоязычных СМИ) / Л. В. Коцюбинская, О. А. Кузина. — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2021. — Т. 14, № 9. — С. 2773–2781.

6. Лингвистика и аксиология. Этносемиотрия ценностных смыслов / Е. Ф. Серебренникова, Н. П. Антипов, Ю. А. Ладыгин [и др.]. — Москва : Тезаурус, 2011. — 352 с. — Текст : непосредственный.

7. Моисеенко, Д. А. Создание образа врага в текстах немецких СМИ средствами фразеологии / Д. А. Моисеенко. — Текст : непосредственный // Успехи гуманитарных наук. — 2020. — № 3. — С. 228–232.

8. Молодыхенко, Е. Н. Аксиологические основания политического дискурса / Е. Н. Молодыхенко. — Текст : непосредственный // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. — 2015. — № 1 (215). — С. 9–17.

9. Молодыхенко, Е. Н. «Свои» и «чужие» в политическом дискурсе: инструментальная функция «чужого» в американской президентской риторике / Е. Н. Молодыхенко. — Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2019. — № 59. — С. 67–86.

10. Фокина, В. В. СМИ как акторы мировой политики / В. В. Фокина. — Текст : непосредственный // Вестник МГИМО-Университета. — 2013. — № 1 (28). — С. 61–65.

11. Хабаров, А. А. Демонизация Китая в зарубежных масс-медиа: дискурсивные средства уничтожения мишеней информационно-психологической войны / А. А. Хабаров. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 1 (91). — С. 78–89.

12. Хабаров, А. А. Образ Китая в российских и американских СМИ / А. А. Хабаров, А. П. Чудинов, К. Ян. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 2 (92). — С. 159–171.

13. Хабекирова, З. С. Оценка и оценочность в языке демократической оппозиции (на материале газетного политического дискурса) / З. С. Хабекирова. — Текст : непосредственный // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. — 2009. — № 3-2. — С. 20–23.

14. Хочунская, Л. В. Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект. — Текст : непосредственный // Вестник РУДН. — 2013. — № 2. — С. 91–95.

15. Цыбина, Н. А. Использование эвфемии и дисфемии в концептуальной оппозиции «свой — чужой» в политическом дискурсе / Н. А. Цыбина. — Текст : непосредственный // Актуальные вопросы современной иноязычной филологии : сборник научных статей XXXIV Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 175-летию И. Я. Яковлева (Чебоксары, 20–21 апреля 2023 г.) / отв. редакторы Н. В. Кормилина, Н. Ю. Шугаева. — Чебоксары : Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я. Яковлева, 2023. — С. 83–89.

MATERIALS

1. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary and Thesaurus* (n.d.). Retrieved Oct. 30, 2024, from <https://dictionary.cambridge.org>

2. China's Xi Jinping awarded a third five-year term as president in race with no opponent (Mar. 09, 2023). *New York Post*. Retrieved Oct. 29, 2024, from <https://nypost.com/2023/03/09/chinas-xi-jingping-secures-precedent-breaking-third-term-as-president/>

3. China's Xi Jinping Takes Third Term as President With Eye on U.S. (Mar. 09, 2023). *The Wall Street Journal*. Retrieved Oct. 01, 2024, from <https://www.wsj.com/articles/chinas-xi-takes-third-term-as-president-with-eye-on-u-s-eaebe4c>

4. *Longman Dictionary of Contemporary English* (n.d.). Retrieved Oct. 30, 2024, from <https://www.ldoceonline.com/>

5. *Merriam-Webster Dictionary* (n.d.). Retrieved Oct. 30, 2024, from <https://www.merriam-webster.com>

6. *Xi Seals His Political Supremacy, Focusing on Economy and U.S. Rivalry* (Mar. 09, 2023). *New York Times*. Retrieved Oct. 29, 2024, from <https://www.nytimes.com/2023/03/09/world/asia/xi-economy-us-rivalry.html>

REFERENCES

1. Dobrosklonskaya, T.G. (2005). *Voprosy izucheniya mediatekstov: opyt issledovaniya sovremennoj anglijskoj mediarechi* [Issues in the study of media texts: experience in researching modern English media speech]. Moscow: URSS, 286 p. (In Russ.)

2. Dobrosklonskaya, T.G. (2009). Lingvisticheskie sposoby vyrazheniya ideologicheskoy modal'nosti v mediatekstakh [Linguistic means of expression of ideological modality in mediatexts]. In *Vestnik Moskovskogo universiteta*, 2(19), 85–94. (In Russ.)

3. Dobrosklonskaya, T.G. (2021). Lingvomedijnoe konstruirovaniye sobytiya v novostnom diskurse [Linguistic-medial reconstruction of the event in news discourse]. *Media linguistics*, 8, 108–112. (In Russ.)

4. Kotsyubinskaya, L.V., & Kuzina, O.A. (2015). K voprosu ob aksiologii v lingvistike [On question of axiology in linguistics]. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina*, 7(1), 59–66. (In Russ.)

5. Kotsyubinskaya, L.V., & Kuzina, O.A. (2021). Mediaobraz kak sovkupnost' ideologem (na primere mediaobraza Viktora YAnukovicha, reprezentirovannogo v angloyazychnyh SMI) [Media image as a set of ideologems (by the example of the media image of Viktor Yanukovich represented in the English-language mass media)]. *Filologicheskie nauki*, 14(9), 2773–2781. (In Russ.)

6. Serebrennikova, E.F., Antip'ev, N.P., Ladygin, Yu.A., [et al.] (2011). *Lingvistika i aksiologiya. Etnosemiometriya cennostnykh smyslov* [Linguistics and axiology. Ethnosemiometry of value meanings]. Moscow: Tezaurus, 352 p. (In Russ.)

7. Moiseenko, D.A. (2020). Sozdanie obraza vruga v tekstakh nemeckikh SMI sredstvami frazeologii [Creating the image of the enemy in the texts of German media using phraseology]. *Uspekhi gumanitarnykh nauk*, 3, 228–232. (In Russ.)

8. Molodychenko, E.N. (2015). Aksiologicheskie osnovaniya politicheskogo diskursa [Axiological foundations of political discourse]. *Nauchno-tehnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta*, 1(215), pp. 9–17. (In Russ.)

9. Molodychenko, E.N. (2019). “Svoi” i “chuzhie” v politicheskom diskurse: instrumental'naya funkciya “chuzhogo” v amerikanskoy prezidentskoj ritorike [“Us” vs. “Them” in political discourse: the instrumental function of the “evil other” in American presidential rhetoric]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 59, 67–86. (In Russ.)

10. Fokina, V.V. (2013). SMI kak aktory mirovoj politiki [Mass media as actors of world politics]. *Vestnik MGIMO*, 1(28), 61–65. (In Russ.)

11. Khabarov, A.A. (2022). Demonizaciya Kitaya v zarubezhnykh massmedia: diskursivnye sredstva unichtozheniya mishenej informacionno-psihologicheskoy vojny [Demonization of China in foreign mass media: discursive means of destruction of the information and psychological warfare targets] *Political Linguistics*, 1(91), 78–89. (In Russ.)

12. Khabarov, A.A., Chudinov, A.P., & Yang, Ke (2022). Obraz Kitaya v rossijskikh i amerikanskikh SMI [The Image of China in Russian and American Mass Media]. *Political Linguistics*, 2(92), 159–171. (In Russ.)

13. Khabekirova, Z.S. (2009). Ocenka i ocenocnost' v yazyke demokraticheskoj oppozicii (na materiale gazetnogo politicheskogo diskursa) [Evaluation category in the language of democratic opposition (on the material of newspaper political discourse)]. *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta*, 3(2), 20–23. (In Russ.)

14. Khochunskaya, L.V. (2013). Fenomen mediaobraza: social'no-psihologicheskij aspekt [Media image phenomenon: socio-psychological aspect]. *Vestnik RUDN*, 2, 91–95. (In Russ.)

15. Cybina, N.A. (2023). Ispolzovanie evfemii i disfemii v konceptual'noj oppozicii “svoj — chuzhoj” v politicheskom diskurse [The use of euphemia and dysphemism in the conceptual opposition “us — them” in political discourse]. In *Aktual'nye voprosy sovremennoj inoyazychnoj filologii* (pp. 83–89). (In Russ.)