

Политическая лингвистика. 2022. № 2 (92).
Political Linguistics. 2022. No 2 (92).

УДК 81'42:81'38
ББК Ш105.51+Ш105.551.5

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19 (5.9.8)

Артём Александрович Хабаров¹, Анатолий Прокопьевич Чудинов², Ян Кэ³

¹ Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации, Москва, Россия, lancelot567@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6459-4966>

² Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия, ap_chudinov@mail.ru, <https://orcid.org/000-0001-5436-5273>

³ Гуандунский университет иностранных языков и внешней торговли, Гуанчжоу, КНР, mashayang1963@aliyun.com, <https://orcid.org/0000-0001-8603-6917>

Образ Китая в российских и американских СМИ

АННОТАЦИЯ. Актуальность статьи обусловлена цифровыми реалиями современной цивилизации, когда наличие богатого арсенала языковых средств и информационно-коммуникационных технологий позволяет политически ангажированным СМИ оказывать существенное влияние на динамику развития человеческого общества, функционирование механизмов государственного управления и межнационального взаимодействия. В статье рассматриваются вербальные средства манифестации образа Китая в интердискурсивной среде массмедиа России и США сквозь призму этнокультурной специфики прагматического восприятия значимых явлений в жизни китайского общества в эпоху цифровой глобализации. Инструментарием исследования стали эмпирические методы наблюдения и сравнения, анализа и синтеза, применяемые комплексно в ходе лингвистического анализа медиатекстов на английском и китайском языках. Практические примеры рассмотрены с задействованием лингвистических методов семантико-структурного, прагматического и дискурсивно-коммуникативного анализа. В фокусе авторского внимания находятся ключевые топосы интердискурсивного пространства российских и американских СМИ, которые актуализируются субъектами информационно-психологического противоборства с целью трансформации общественного мнения относительно образа Китая в глазах целевой аудитории. Контрастивное сопоставление результатов лингвистического анализа медиатекстов СМИ в России и США показало, что нарративы современного российского медиадискурса по китайской тематике способствуют формированию положительного образа КНР как стратегического союзника и торгового партнера РФ, в то время как англоязычный медиадискурс насыщен лингвоинформационными моделями отображения китайской действительности с негативной оценочностью.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: журналистика, медиалингвистика, СМИ, средства массовой информации, медиадискурс, медиатексты, язык СМИ, российские СМИ, американские СМИ, образ Китая, коммуникативные стратегии, вербальные маркеры, идеологическая поляризация, фейки.

БЛАГОДАРНОСТИ: исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ № 22-28-00064 «Теория и методика метафорического моделирования образа полиции в электронных СМИ России, Украины и Белоруссии: аксиология, эволюция, ситуационная динамика, прагматика».

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: Хабаров Артём Александрович, кандидат филологических наук, докторант ФГКВУ ВО «Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации»; 123001, Российская Федерация, г. Москва, ул. Б. Садовая, 14.

Чудинов Анатолий Прокопьевич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного, Уральский государственный педагогический университет; 620091, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, офис 285; e-mail: ap_chudinov@mail.ru.

Ян Кэ, кандидат филологических наук, профессор факультета русского языка Института европейских языков и культур, Гуандунский университет иностранных языков и внешней торговли; 510421, Китай, пров. Гуандун, г. Гуанчжоу, пр-т Байюаньдао Бэй, 2; e-mail: mashayang1963@aliyun.com.

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

Artem A. Khabarov¹, Anatoliy P. Chudinov², Yang Ke³

¹ Prince Alexander Nevsky Military University of the Defense Ministry of the Russian Federation, Moscow, Russia, lancelot567@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6459-4966>

² Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia, ap_chudinov@mail.ru, <https://orcid.org/000-0001-5436-5273>

³ Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, China, mashayang1963@aliyun.com, <https://orcid.org/0000-0001-8603-6917>

The Image of China in Russian and American Mass Media

ABSTRACT. The urgency of the article can be attributed to the digital opportunities of modern civilization, when the presence of a rich arsenal of language tools and information and communication technologies allows politically engaged media to have a significant impact on the dynamics of human society development, the functioning of mechanisms of public

© Хабаров А. А., Чудинов А. П., Ян Кэ, 2022

administration and interethnic interaction. The article explores the verbal means of manifestation of the image of China in the interdiscursive media environment of Russia and the United States through the prism of the ethno-cultural specificity of the pragmatic perception of significant phenomena in the life of Chinese society in the era of digital globalization. The research tools embrace empirical methods of observation and comparison and analysis and synthesis, applied comprehensively in the course of linguistic analysis of media texts in English and Chinese. Practical material is considered using the linguistic methods of semantic-structural, pragmatic and discursive-communicative analysis. The author's attention is focused on the key topos of the interdiscursive space of Russian and American media, which are actualized by the subjects of information and psychological confrontation with the aim to transform the public opinion about the image of China in the eyes of the target audience. A contrastive comparison of the results of linguistic analysis of media texts in Russia and the United States has shown that the narratives of the modern Russian media discourse on Chinese topics facilitate the formation of a positive image of the PRC as a strategic ally and trading partner of the Russian Federation, while the English-language media discourse is saturated with linguistic and informational models reflecting Chinese reality with negative evaluation.

KEYWORDS: journalism, media linguistics, mass media, media discourse, media texts, mass media language, Russian mass media, American mass media, image of China, communication strategies, verbal markers, ideological polarization, fakes.

ACKNOWLEDGMENTS: research has been accomplished with financial support of the Russian Science Foundation Grant "Theory and Methods of Metaphorical Modeling of the Image of Police in the Electronic Media of Russia, Ukraine and Belarus: Axiology, Evolution, Situational Dynamics, Pragmatics" (№22-28-00064).

AUTHOR'S INFORMATION: Khabarov Artem Aleksandrovich, Candidate of Philology, Doctoral Student, Prince Alexander Nevsky Military University of the Defense Ministry of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Chudinov Anatoliy Prokop'evich, Doctor of Philology, Professor, Head of Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

Yang Ke, Candidate of Philology, Professor of the Faculty of the Russian Language, Institute of European Languages and Cultures, Guangdong University of Foreign Studies; Guangzhou, China.

FOR CITATION: Khabarov A. A., Chudinov A. P., Yang Ke (2022). The Image of China in Russian and American Mass Media. In *Political Linguistics*. No 2 (92), pp. 159-171. (In Russ.).

ВВЕДЕНИЕ

Цифровые реалии функционирования человеческой цивилизации в XXI веке способствуют трансформационному переносу видов и форм социальной активности в массмедиа и сетевое пространство глобальной сети Интернет. Сегодня от интерпретации формируемых субъектами медиакommunikации образов отдельных государств, институтов власти и общества, социальных групп или конкретных личностей зависит целостное представление массовой аудитории о мотивах и содержании их реальной деятельности. В эпоху тотальной глобализации, распространяющейся вследствие укрепления в обществе цифрового господства сетевых телекоммуникационных сетей, обычному обывателю становится практически невозможно отличить правду от искусно сфабрикованной лжи. Следствием существования подобной «альтернативной реальности» является распространение в СМИ дискурсивных практик подлога фактов, штампования фальшивых новостей о якобы случившихся событиях (фейков), замалчивания правды и табуирования информации, не предназначенной для широкой огласки, а также других форм манипулятивного воздействия на сознание целевой аудитории. Как отмечают А. П. Чудинов, Н. Н. Кошкарлова и Н. Б. Руженцева, в качестве типологических признаков приемов создания поддельных новостей и их разновидностей, синтезированных посредст-

вом генеративно-состязательных нейросетей (дипфейков), выступает использование следующих средств и техник: анонимный источник информации, приписывание чужой речи, мотивация актора к усугублению ситуации и провоцирование негативной реакции общественности, сенсационность «подаваемых» событий, минимизация фактического материала вкупе с намеренным повышением достоверности за счет ссылок на представителей власти и СМИ, использования «шоковых схем», повышенный эмоциональный фон, логическая несвязность, преобладание псевдоаргументов и субъективная интерпретация фактов [Chudinov 2019: 1842–1843]. Богатый арсенал языковых средств и информационно-коммуникационных технологий позволяет политически ангажированным СМИ оказывать существенное влияние на динамику развития человеческого общества, функционирование механизмов государственного управления и международного взаимодействия.

Целью данной публикации мы ставим лингвистический анализ вербальных средств формирования и восприятия целостного образа Китайской Народной Республики в медиaprостранстве Российской Федерации и стран коллективного Запада по главе с Соединенными Штатами Америки.

В качестве **инструментария** исследования нами были использованы эмпирические методы наблюдения и сравнения, анализа и

синтеза, применяемые комплексно в ходе лингвистического анализа медиатекстового материала на английском и китайском языках. Практические примеры рассмотрены с обращением к лингвистическим методам семантико-структурного, прагматического и дискурсивно-коммуникативного анализа **материалов** интернет-ресурсов и электронных изданий центральных органов печати и массовой коммуникации России и США, в том числе *BBC News*, *“Human Rights Watch”*, *“Amnesty International”*, *“Voice of America”*, *“China Digital Times”* (中国数字时代) и др. Общий объем исследовательского корпуса составил 152 дискурсивных фрагмента.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Актуальные лингвистические исследования образа Китая в медиадискурсе различных стран и регионов проецируются на факторы политического, экономического, социального, юридического и военного характера, включая этноконфессиональные, культурные, демографические и языковые аспекты взаимоотношений КНР с мировым сообществом. Образующие объектное поле исследования медиатексты и дискурсивные практики, циркулирующие в американских и российских СМИ, иллюстрируют разные подходы и мотивы освещения событий вокруг китайского государства и общества. В частности, современными китайскими авторами анализируется материал российских СМИ в аспекте проблем метафорической интерпретации историко-символического представления Китая [Цзинцзин Цзинь 2016], выбора вербальных форм манифестации концепта «Китай» [Ши Ся 2008] и вариантов его номинации [Ван Сюй 2012], формирования позитивного имиджа китайского государства [Ду Цюаньбо 2016], изучения закономерностей метафорического моделирования с выделением ведущих моделей [Чэн Юйсяо 2021] и пр. Консолидированные выводы большинства исследователей говорят о том, что современные нарративы отечественной прессы направлены на формирование положительного образа Китая в духе отношений всеобъемлющего сотрудничества и стратегического взаимодействия, которые задают высокую планку мероприятий двустороннего характера между Россией и Китаем в современную эпоху. Так, представитель школы политической лингвистики Чэн Юйсяо указывает на интегративный характер манифестации образа Китая акторами российского медийного дискурса, которые в основном фокусируются на таких метафорически насыщенных сегментах когнитивной матрицы ономастического концепта «Китай», как по-

литика, экономика, народ, культура посредством антропоморфных, природных, мифологических метафор [Чэн 2020: 7–8]. В своих трудах О. Н. Сорокина проводит контент-анализ американской периодики для выявления специфики конструирования образа Китая в свете его экономической экспансии и делает выводы о том, что целостный образ «представляет собой совокупность нескольких фрагментов: „экономический рост Китая“, „идеология Китая“, „нарушение прав человека“, „вооружение Китая“» [Сорокина 2012].

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

В процессе лингвистического анализа языковых структур как средства конструирования реальности мы будем опираться на анализ топосов, актуализирующих в пространстве медиакommunikации дискурсивные практики формирования образа Китая. Под топосами мы понимаем рассуждения «здравого смысла, типичные для определенных вопросов, служащих тактическим средством реализации дискурсивной стратегии при построении аргументов» [Kienpointner 1992: 194]. Результаты дискурсивного анализа англоязычной прессы на предмет определения аргументационных схем топосов с негативными характеристиками иммигрантов позволили дать им оценку с целью выявления идеологической основы, а также обозначить вербальные маркеры, которые свидетельствуют о тенденции к разжиганию нетерпимости к мигрантам: *threat* — «угроза», *danger* — «опасность», *risk* — «риск», выражения *riots* — «беспорядки», *terrorism* — «терроризм», *aggressive behavior* — «агрессивное поведение», *destruction of the economy* — «разрушение экономики», *crisis* — «кризис»; глорификации представителей собственного государства и общества, осуществляющих гуманитарные акции: *help* — «помощь, спасение», *aid* — «помощь, содействие», *welcome* — «приветствовать», *support* — «поддерживать», *protection of human rights* — «защита прав людей», *humanitarian mission* — «гуманитарная миссия» и пр. [Матвеева 2019: 311].

Междисциплинарный подход к интерпретации понятия «образ» сквозь призму категориально-понятийного аппарата современной науки о языке предполагает обращение к психологии, когнитивистике, философии, а также метафорологии, меметике, теории межкультурной коммуникации и другим профильным областям знаний. В рамках настоящего исследования мы будем руководствоваться дефиницией И. В. Арнольд, согласно которой образ трактуется как «основное средство художественного обобщения

действительности, знак объективного коррелята человеческих переживаний, особая форма общественного сознания», самым важным свойством которого является отражение мира в процессе его практического созидания, исходя из чего образ отображает «некоторую модель действительности», эта модель восстанавливает «полученную из действительности информацию в новой сущности» [Арнольд 2016: 113]. Отметим, что конкретизация в отечественной политической лингвистике смежного понятия «медиаобраз» исходит из его понимания в качестве «совокупности эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» [Богдан 2007: 94] либо как «особого образа реальности, предъявляемого массовой аудитории медиаиндустрией» [Галинская 2013: 124]. Иными словами, на сегодняшний день среди представителей научного сообщества возрастает осознание важности индоктринационной роли информационно-технических средств массмедиа и интернет-коммуникации в вопросах формирования общественного сознания и регулирования социальных процессов, включая проблемы межэтнического взаимодействия.

Как указывает И. С. Карабулатова, для продвижения образа Китая в российском медиадискурсе используется красочная мозаика образов, характерных для китайской реальности, включающая такие полярные по своей лингвопрагматической окраске политические штампы, как «дипломатия панд», «ад» по отношению к жизни уйгуров в Китае, «цена китайского чуда» и пр. [Карабулатова 2021]. При контекстуальном анализе вербальных средств репрезентации когнитивных структур, конструирующих целостный образ Китая в английском и русском медиадискурсе, мы используем терминологическое сочетание «лингвоинформационная модель» [Сорокина 2010: 24; Карабулатова, Лагуткина 2021: 41–43], апробируемое в русле коммуникативно-дискурсивной парадигмы. Данный подход позволяет учесть этнокультурную специфику стереотипного образа и его прагматический потенциал воздействия на целевую аудиторию в соответствии с навязываемой в дискурсивных практиках СМИ экзистенциальной картиной мира. Подчеркнем, что идентификация дискурсивных техник и приемов манипуляций в СМИ осуществляется нами с опорой на определенные категории вербальных маркеров речевого воздействия, общей функцией которых является свойство появляться в тех же контекстах, что и искомое явление [Колмогорова, Горностаева 2020].

Манифестация образа Китая в американских СМИ

Рассмотрим наиболее растиражированные в американских СМИ медиаповоды развертывания конфронтационной риторики антикитайской направленности и выделим топоры, которые послужили тематической средой организации и проведения информационных кампаний синофобской направленности. Уточним, что в понятии «топор» инкорпорированы тематические и аксиологические центры, характерные для научных публикаций современности, что дает возможность определить смысловые и ценностные акценты в дискурсе [Кушнерук 2020: 26]. Ниже мы рассмотрим ряд лингвоинформационных моделей, которые конструируются в интердискурсивной среде в качестве инструментов формирования общественного мнения по отношению к Китаю.

По критериям актуальности и частотности к числу ключевых топосов в медиадискурсе США могут быть отнесены тезисы с обвинениями Китая в нарушении прав человека, киберпреступлениях и хакерских атаках против государственных и коммерческих структур США и их союзников, в наращивании военной угрозы по отношению к Тайваню, экспансии своих интересов на акваторию и шельф Южно-Китайского моря, развязывании торговых войн и относительно происхождения коронавируса [Коммерсант 2022]. Обратим внимание на тот факт, что тематика топосов антикитайской конфронтационной риторики коррелирует с онтологическими предпосылками стремления США к геополитическому доминированию на планете, поэтому она тождественна медиаповодам для запуска в американском медиадискурсе информационно-психологических операций против России, в последние годы все чаще публично позиционируемой как «главный враг США» [BBC News 2017]. Обратимся к анализу эмпирического материала.

Так, в непосредственном тексте бюллетеня Государственного департамента США от 12 мая 2021 г. относительно содержания американо-китайских отношений задана тональность, которая определяет позицию проправительственных СМИ относительно состояния дел в Китае:

1) *The United States also seeks progress on areas of disagreement such as China's territorial claims in the South China Sea and lack of respect for human rights and religious freedom. — Соединенные Штаты так же стремятся к прогрессу в таких областях разногласий, как территориальные претензии Китая в Южно-Китайском море и отсутствие уважения к правам человека и свободе вероисповедания* [DOS 2021].

В текстовом фрагменте наглядно выделяются вербальные маркеры идеологической поляризации — термины политического дискурса «права человека», «свобода вероисповедания», употребляемые в контекстуальной комбинации со стилистически окрашенными сочетаниями *lack of respect* — «отсутствие уважения» и *areas of disagreement* — «области разногласий». Подобные тексты призваны выполнять фатическую функцию, начиная с самого первого контакта с читателем демонстративно очерчивать круг «своих» (in-groups) и отделять от него «чужих» (out-groups) [Eissa et al. 2014], что сигнализирует об идеологической поляризации таких речевых произведений.

О высоком уровне институционализации геостратегии США по демонизации образа Китая говорят те термины и категории, которыми правительство США предлагает СМИ описывать внутреннюю жизнь китайских граждан. Действенным приемом является введение в коммуникативный оборот доктринальных документов массового распространения, которые позиционируются как рекомендательные, что способствует аттрактивному повышению их манипулятивного потенциала. Например, к числу таких текстов относится «Информация для предпринимателей о синьцзянских цепочках поставок» от 13 июля 2021 г., некоторые выдержки из которой мы приведем ниже:

2) *The People's Republic of China (PRC) government continues to carry out **genocide** and **crimes against humanity** against Uyghurs and members of other ethnic and religious minority groups in the Xinjiang Uyghur Autonomous Region (Xinjiang), China. — Правительство Китайской Народной Республики (КНР) продолжает осуществлять **геноцид** и совершать **преступления против человечности** в отношении уйгуров, представителей других этнических групп и религиозных меньшинств в Синьцзян-Уйгурском автономном районе Китая (Синьцзян)* [Xinjiang 2021].

Среди вербальных маркеров диффамации образа Китая особенно ярко выделяются общественно-политические понятия с категорично негативным значением порицания и осуждения в цивилизованном человеческом обществе: *genocide* — «геноцид», *crimes against humanity* — «преступления против человечности», которые свидетельствуют о крайней степени редукционизма. Как отмечает В. Е. Чернявская, создание круга «своих» и «чужих» за счет грубого упрощения действительности, сведения ее к полярным категориям в черно-белых красках иллюстрирует замысел актора дискурса к

развязыванию конфронтационной риторики [Чернявская 2017: 114]. Заметим, что усилиями западных массмедиа топоним «Синьцзян» — регион с коренным уйгурским населением и другими этническими меньшинствами, исповедующими ислам, — стал играть роль топоса аккумуляции и трансляции дискурсов синофобской идеологии. Так, в следующем речевом отрезке наблюдаются конкретные обвинения, нацеленные на стигматизацию образа Китая в западных англоязычных массмедиа:

3) *The PRC's **crimes against humanity** include **imprisonment, torture, rape, forced sterilization, and persecution, including through forced labor and the imposition of draconian restrictions on freedom of religion or belief, freedom of expression, and freedom of movement.** — Преступления КНР против человечности включают тюремное заключение, пытки, изнасилования, принудительную стерилизацию и преследования, в том числе путем принуждения к труду и введения **драконовских ограничений на свободу религии или убеждений, свободу выражения мнения и свободу передвижения*** [Xinjiang 2021].

Маркированные лексические единицы представлены терминологией из области международного права: *crimes against humanity* — «преступления против человечности», *torture* — «пытки» и др., фразеологическими сочетаниями *draconian restrictions* — «суровые (драконовские) меры», что в совокупности призвано вызвать чрезмерные обобщение и образность на фоне повышенной эмоциональности и оценочности высказывания с целью акцентирования внимания адресата на не подтвержденных официальными фактами якобы «злодеяниях» китайских властей.

Тренд к гиперболизации негативного образа Китая подхватывают проправительственные СМИ стран Запада, которые системно транслируют подобную информацию, плодя многочисленные фейки и домыслы, которые образуют репрезентационную структуру дискурсивного мира информационно-психологической войны [Кушнерук, Курочкина 2020: 99–100], развернутой США и их сателлитами против китайской экспансии.

Последовательное конструирование образа Китая как узурпатора прав и свобод человека реализуется с помощью такой авторитетной на Западе правозащитной организации, как *“Human Rights Watch”*, периодические доклады и аналитические статьи которой активно муссируются в социальных сетях и медиaprостранстве США. Так, в актуальной публикации *“China: Crimes Against*

Humanity in Xinjiang” от 19 апреля 2021 г. в адрес руководства КНР дается ссылка на доклад данной организации, где в недвусмысленном пропагандистском ключе приводятся неподтвержденные фактами рассказы очевидцев и субъективные оценки, приводящие читателя к требуемым акторам выводов. Приведем некоторые выдержки:

4) *The Chinese government is committing crimes against humanity against Uyghurs and other Turkic Muslims in the north-west region of Xinjiang <...> The Chinese leadership is responsible for widespread and systematic policies of mass detention, torture, and cultural persecution, among other offenses. Coordinated international action is needed to sanction those responsible, advance accountability, and press the Chinese government to reverse course.* — Китайское правительство совершает преступления против человечности против уйгуров и других тюркских мусульман в северо-западном регионе Синьцзяна. <...> Китайское руководство несет ответственность за широко распространенную и систематическую политику проведения массовых задержаний, пыток и культурных преследований, а также прочих преступлений. Необходимы скоординированные международные действия, чтобы наказать виновных, привлечь их к ответственности и заставить китайское правительство изменить курс [HRW 2021].

Следует указать на характерную черту трансцендентной циркуляции маркированных слов и словосочетаний в интердискурсивной среде англоязычных массмедиа: к числу частотно употребляемых единиц идеологически полярного дискурса относится декларируемое в официальных нормативных документах и релизах сочетание *crimes against humanity* — «преступления против человечности», которое отпечатывается в сознании целевой аудитории в фиксированном предикативном отношении с вербальными средствами репрезентации концептуального поля «Китай». В таком же ключе партийно-политическому руководству КНР приписывается ответственность за *widespread and systematic policies of mass detention* — «широко распространенную и систематическую политику массовых задержаний», *torture* — «пытки» и т. п., а также *among other offenses* — «прочие преступления», которые читателю предлагается домысливать, отталкиваясь от ассоциативного ряда воображаемых негативных ситуаций и образов. Упомянутый призыв к «скоординированности международных действий» — это риторический прием развития в тексте внут-

ригрупповой идентичности в рамках дихотомии «свой — чужой», что, как сказано нами выше, способствует идеологической поляризации подобных дискурсивных практик.

В общем порыве действует и разрекламированная мировому сообществу неправительственная организация “*Amnesty International*” — «Международная амнистия», которая превратилась в мощнейший инструмент пропаганды в СМИ, функционирующих в интернациональном масштабе. В частности, в докладе этой организации от 21 октября 2021 г. под заголовком “*China: UN must act on Xinjiang atrocities after petition shows mass global outrage*” — «Китай: ООН должна принять меры в связи со зверствами в Синьцзяне после того, как петиция продемонстрировала массовое возмущение в мире» утверждается следующее:

5) *Around the world, hundreds of thousands of people have signed our petition to express their outrage at evidence of crimes against humanity and other serious human rights violations being inflicted on Muslims in Xinjiang.* — По всему миру сотни тысяч людей подписали нашу петицию, чтобы выразить свое возмущение доказательствами преступлений против человечности и других серьезных нарушений прав человека, совершаемых в отношении мусульман в Синьцзяне [AI 2021].

В приведенном тексте мы снова наблюдаем отсылки к прецедентной ситуации, якобы связанной с нарушениями прав человека в Китае, которая якорится в сознании при помощи словосочетания *crimes against humanity* — «преступления против человечности», усиливается за счет упоминания *atrocities* — «зверств», подкрепляясь «убедительными» ссылками на количество «возмущенных» людей — *hundreds of thousands of people* — «сотни тысяч человек». На ангажированность актора указывает анонимизация источника фактологических данных, которые невозможно верифицировать обычному читателю, если он пожелает проверить, кто эти «сотни тысяч людей», действительно подписавшие подобную петицию.

Задача верификации истины научно обоснованными методами является краеугольным критерием анализа приведенных нами вариантов медиатекстов, которые распространяются с применением цифровых технологий в интердискурсивной среде с опорой на создаваемые лингвоинформационные модели, концептуализирующие картину миру целевой аудитории. Принимая во внимание вышесказанное, особую актуальность приобрела тактика распространения фейков о фабрикации оппонентом сво-

их фейков, которая стала эффективно использоваться СМИ США вокруг топоса «китайского» происхождения COVID-19 и мер КНР по производству вакцин и борьбе с пандемией.

С конца 2019 г. — начала 2020 г. борьба с коронавирусной инфекцией стала одной из критически важных сфер интегрального потенциала государства, определяющих состояние защищенности его национальной безопасности [Репко 2012: 4–6]. В ракурсе американских массмедиа топиговая тема «ответственности» Китая за появление коронавируса, опутанная мифами вокруг летучих мышей, экспериментов с биологическим оружием и пр., способствовала разворачиванию кампании по демонизации Китая, в которой партийно-политическая элита страны по главе с Си Цзиньпином была избрана одной из центральных мишеней информационно-психологической войны. Тенденция к дискредитации медийного образа Си Цзиньпина и Коммунистической партии Китая материализовалась в инициации спецслужбами США гетерогенной палитры новостных каналов в социальных сетях, блогов и сайтов наподобие “China Digital Times” (中国数字时代), которые аккумулируют базы «чувствительных слов» (敏感词), подвергаясь цензуре в китайском сегменте Интернета, популярные мемы, показания «очевидцев» нарушений прав человека, политических диссидентов и пр. [CDT 2022]. Подобные цифровые СМИ в Глобальной сети превратились в эффективный инструмент трансляции антикитайской риторики среди социально активных категорий общества, в частности молодежи, что требует мер адресного реагирования средствами цензуры и методами контрпропаганды.

Возвращаясь к теме пандемии, обратимся к новостному репортажу, представленному на сайте американской радиокompании “Voice of America” 27 августа 2021 г. под заголовком “*Biden Says China Still Withholding ‘Critical’ Info on COVID Origins*” — «Байден говорит, что Китай по-прежнему скрывает „критическую“ информацию о происхождении COVID». В этом типовом репортаже раздувается антикитайская истерия, опирающаяся на декларативные речи политиков и неаргументированные доводы экспертов:

6) *To this day, the PRC continues to reject calls for transparency and withhold information, even as the toll of this pandemic continues to rise. — По сей день КНР продолжает отвергать призывы к прозрачности и скрывать информацию, даже несмотря на то, что потери от этой пандемии продолжают расти* [VOA 2021].

Приведенный пример иллюстрирует коммуникативную стратегию неявного очернения, дисфемизации Китая с опорой на прием отсылки на авторитет (политика либо эксперта): *Biden says* — «(Президент США) Байден заявляет...», риторический прием «имплицитное указание на действие негативного толка (или на мотив к его совершению)»: *to withhold critical information* — «скрывать важную информацию», чем указывается на вуалирование чего-то плохого. Отвергание международных запросов на взаимодействие, *to reject calls for transparency* — «отвергать призывы к прозрачности», магнифицирует осознание скрытности Китая и наличия какого-то тайного умысла. Таким образом, на основе мифологизированной информации у целевой аудитории создается впечатление о виновности Китая как в появлении болезни COVID-19, так и в ее распространении по миру, что в русле вероятностной теории смыслов (В. В. Налимов) верифицируется таким свойством человеческого языка, как открытость для спонтанной перестройки смысловых квантов [Золотухина-Аболина 2005: 27].

Примером диверсификации информационных атак в американском медиадискурсе служит политизация большого спорта, о чем свидетельствуют публикации антикитайской направленности, распространяющиеся вокруг топосов, связанных с организацией и проведением XXIV Зимних Олимпийских игр в Пекине. Заметим, что использование техники интердискурсивной полифонической атаки [Хабаров 2021] наблюдается в сфере профессиональной деятельности широкого круга спортивных чиновников и журналистов из США и стран коллективного Запада, которые развернули против представителей российской школы фигурного катания скоординированную волну критики и нападков, реальной мишенью которых стали не только спортсмены из России, но и официальные власти Китая. В частности, известный американский спортивный обозреватель Дэн Ветцель в статье от 10 февраля 2022 г. с интригующим обывателя названием “*Russian doping controversy leaves credibility of Olympics ‘teetering on the edge’*” — «Спор о допинге в России оставляет доверие к Олимпиаде „балансирующим на грани“» умело комбинирует антироссийскую пропаганду с синофобской риторикой:

7) *In an Olympics that were already overrun with headlines about genocide and slavery, politics and propaganda, isolation centers and draconian COVID-19 protocols, it would be par for the course for Russia to drug a child athlete only to have her stay eligible*

*because, as a child athlete, she is too young and naive to know she was **drugged**.* — На Олимпийских играх, которые уже были переполнены заголовками о геноциде и рабстве, политике и пропаганде, изоляторах и драконовских протоколах COVID-19, для России было бы нормально накачать ребенка-спортсмена наркотиками только для того, чтобы она сохраняла свое право (участвовать в соревнованиях — прим. авторов), потому что, будучи ребенком-спортсменом, она слишком молода и наивна, чтобы знать, что ее **накачали наркотиками** [Yahoo 2022].

Угнетенное впечатление читателя от восприятия идеологизированной политико-правовой терминологии, рекуррентно циркулирующей в западных массмедиа вокруг образа Китая (*genocide* — «геноцид», *slavery* — «рабство» и др.), усиливается общим фоном негации за счет упоминания в едином контексте с Китаем и России, которая якобы *drug a child athlete* — «накачивает детей-спортсменов наркотиками». Подобная вербальная ассоциация в общем контексте диффамации призвана упрочить осознание целевой аудиторией морально-нравственной и юридической противопоставленности «аморальных» России и Китая и «цивилизованного, гуманного Запада», а тем самым способствовать формированию стереотипного представления в системе координат реальности постправды. Подчеркнем, что идентифицируемые в американских СМИ приемы намеренного ввода в заблуждение, специфическая терминология, снижение внимания и критического восприятия за счет аффективности, ошибочное домисливание и др. — это технологии гипнотического манипулирования сознанием людей [Зелинский 2009], что недвусмысленно характеризует цели и задачи акторов рассмотренных нами дискурсов.

Манифестация образа Китая в российских СМИ

Влияние факторов внешнеполитического давления и идеологической агрессии США и стран коллективного Запада не могло не сказаться на тех нарративах, которые доминируют в российских СМИ вокруг интерпретации образа Китая и проблематики строительства российско-китайских отношений. В условиях противодействия консолидированному давлению западных медиахолдингов российские СМИ отличаются редукционистическим освещением событий и явлений политической повестки, и тема Китая не является исключением. Образ Китая, являющегося важнейшим военно-политическим и

торговым партнером России на новейшем историческом этапе, возникает в российских массмедиа либо в положительном, либо в нейтральном контексте. Отметим, что знаковым событием на пути взаимодействия двух стран в информационно-технической сфере явилось создание в 2017 г. двуязычной мультимедийной платформы «Россия-Китай: главное» (中俄头条), где крупнейшие средства массовой коммуникации двух стран синхронизируют нарративы интердискурсивного освещения главных событий. Следует заметить, что в реалиях информационно-психологической войны мы учитываем факт юридического признания со стороны российского руководства определенных средств массовой коммуникации иноагентами [Минюст 2022] на основании спонсирования их деятельности за счет средств зарубежных фондов и неправительственных организаций. Очевидно, что это накладывает отпечаток на тональность и смысловое содержание интерактивной деятельности таких массмедиа по вещанию на массовую аудиторию.

Тематическая сфера медийного освещения Китая в российских СМИ преимущественно проецируется на приоритетные сферы стратегического сотрудничества между двумя государствами, развиваемые в рамках договора «О добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между РФ и КНР» [ПР 2001]. Парадигмальным топосом российских федеральных телеканалов и новостных агентств является тезис о том, что российско-китайские отношения переживают лучший период в своей истории, и это дает импульс расширению двусторонних связей в таких областях, как финансы и торговля, сельское хозяйство, энергетика, транспорт, образование и культура, наука и цифровые технологии и др. [РГ 2021; Чунян 2019]. Как отмечает Го Лицзюнь, реконструкция образа «цифрового» Китая в российском медиадискурсе является преимущественно позитивной, о чем свидетельствуют выражения с прилагательным «умный», в основе которых лежит олицетворение: «умный город», «умная дорога», «умное образование», «умный порт», «умная машина» и т. д. [Го Лицзюнь 2020]. Представители российской журналистики традиционно прибегают к разному рода метафорам, сравнивая Китай с «лидером», «рекордсменом» в рамках фреймов спортивной тематики [Чэн Юйсяо 2018], обращаясь к природным, антропоморфным и зооморфным метафорам [Цзинцзин Цзинь 2016], где один из самых ярких образов Китая — это «дракон», который символизирует ежедневно возрастающую мощь и силу [Лукин 2007]. Приведем примеры из современной отечественной

прессе. Нарративы глорификации китайского экономического роста, развития научного и оборонного потенциала на фоне пандемии по-прежнему преобладают в типовых изданиях и новостных каналах, что, например, иллюстрируется в аналитическом докладе одной из крупнейших управляющих компаний на российском рынке частного и корпоративного капитала «ТКБ. Инвестмент партнерс», опубликованном 19 марта 2020 г. под заголовком **«Полет дракона. Как Китай совершил экономическое чудо»**:

8) *Преобразования в КНР продолжаются вот уже 40 лет. За это короткое время Китай из страны, страдающей от голода и бедности, превратился в огромный производственный, торговый и транспортный центр, в государство, способное заниматься инфраструктурными мегапроектами, сложными научными разработками и ставшее домом для гигантских корпораций* [ТКБ 2020].

Метафорический образ Китая как «летающего дракона» и «дома для инвестиций и научных исследований» демонстрирует вербально-ассоциативную связь с возможностями китайского капитала и экономического потенциала страны, которая сумела выйти из кризисных периодов в своей истории. Данная лингвоинформационная модель «китайского чуда» прочно укоренилась в массовом сознании российского общества в 1990-х гг., когда нашу страну наводнили товары широкого потребления китайского производства на фоне упадка отечественной промышленности и сельского хозяйства.

Военная сила и мощь вооруженных сил КНР также метафорически связывается с зооморфным образом дракона, что прослеживается в публикациях военных экспертов и аналитиков, формирующих общественное мнение в соответствии со своей коммуникативной ролью в полифонической иерархии «голосов» в интердискурсивной среде [Колмогорова, Горностаева 2021]. Примерами манифестации роста оборонного потенциала Китая на основе природных и зооморфных метафор служат такие публикации в российских массмедиа, как **«Китайский дракон: геополитические амбиции Поднебесной»** [ЦС 2015], **«Мощь китайского дракона»** [LJ 2019] и прочие, которые упрочняют в сознании российской аудитории тезисы о масштабах военного строительства в КНР, что, в свою очередь, становится вероятной предпосылкой для лингвокогнитивного манипулирования.

Однако объективная картина в виде презентации позитивного образа Китая в российских массмедиа корректируется факто-

рами информационно-психологического противоборства на внутривнутриполитической сцене. Многие иноагенты активно «разбавляют» новостной контент для российского читателя и слушателя. К примеру, спонсируемое на западные средства издательство «Медуза» (с 2021 г. признано в РФ иностранным агентом), которое в материале под названием **«Это полный фейспалм. Китай начал агрессивно продвигать себя через российские СМИ, но результат получается комичный. Оказалось, в КНР не хватает умелых пропагандистов»** от 27 июля 2020 г. выражает следующую альтернативную позицию о Китае в контексте двусторонних отношений наших стран:

9) *Материалы китайского иновещания в российских СМИ часто написаны деревянным языком пропаганды. А попытки адаптации к вкусам современной русскоязычной аудитории далеко не всегда бывают удачными* [Медуза 2020].

Мишенью подобных информационных атак становятся основополагающие принципы российско-китайских отношений, а в целях подорвать доверие массового адресата к их транспарентности и легитимности применяется экспрессивная лексика: **«агрессивно продвигать»**, **«умелые пропагандисты»**, **«деревянный язык пропаганды»**. Атрактивность подобных сообщений повышают заимствования с негативной оценочностью типа **«фейспалм»**, что на модном молодежном онлайн-сленге означает «жест закрытия лица рукой, совершаемый при чувстве стыда и смущения» [Lexico 2022].

Аналитические материалы со схожей модальностью встречаются и в органах печати, которые функционируют на территории России в статусе федеральных негосударственных СМИ. Так, информационное агентство «Regnum», являющееся одним из топовых по цитируемости в России [Live Internet 2022], практикует репосты сообщений и репортажей политически ангажированных СМИ коллективного Запада, транслируя синофобскую риторику сквозь призму этнокультурной специфики менталитета российского читателя. Например, в статье издания под названием **«Китай — это бумажный дракон»** от 6 мая 2021 г. со ссылкой на мнение экспертов американского журнала *«The Atlantic»* отмечается следующее:

10) *Экономическая, финансовая, технологическая и военная мощь Китая сильно преувеличена грубыми и неточными статистическими данными <...> В Китае быстро стареет население, у страны огромная внутренняя задолженность и режим, усиливающие репрессии которого*

говорят о его *снижающейся популярности* [Regnum 2021].

Как видно из примера, мишенью воздействия выступает как партийно-политическое руководство КНР, репрезентируемое лексемой «режим», имеющей негативную смысловую окраску за счет указания на незаконный либо репрессивный характер власти, так и сами СМИ, публикующие позитивные новости о мощи Китая, в число которых входят и государственные российские массмедиа. Такие выражения, как «*задолженность*», «*снижающаяся популярность*» и другие прочно вошли в политический лексикон, описывающий российскую действительность, ассоциируются с упадническими настроениями в обществе и разрухой после развала СССР.

ВЫВОДЫ

Таким образом, результаты лингвистического анализа способов манифестации образа Китая в американских и российских СМИ позволили сопоставить мотивы, коммуникативные приемы и языковые средства, используемые на современном этапе в медиадискурсах России и США. Полученные выводы свидетельствуют о том, что динамика освещения образа Китая в средствах массмедиа зависит от векторов развития национальных интересов двух стран, меняющихся под влиянием факторов геополитической конъюнктуры и цифровых реалий информационно-психологического противоборства, в которое втянуты субъекты мировой политики. Вместе с тем лейтмотив формирования медийного образа Китая в российском медиаполе задается характером стратегических отношений всеобъемлющего сотрудничества и стратегического взаимодействия между РФ и КНР, в то время как для США Китай по-прежнему остается главной силой, которая может конкурировать с американским влиянием на глобальном торговом рынке и финансовых площадках.

ИСТОЧНИКИ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Коммерсант. Отношения США и Китая. — 2022. — 27 янв. — URL: <https://www.kommersant.ru/theme/3104?page=3> (дата обращения: 01.02.2022 г.). — Текст : электронный.
2. Медуза. Истории. Это полный фейспалм. Китай начал агрессивно продвигать себя через российские СМИ, но результат получается комичный. Оказалось, что КНР не хватает умелых пропагандистов. — 2020. — 27 июля. — URL: <https://meduza.io/feature/2020/07/27/eto-polnyu-feyspalm> (дата обращения: 13.02.2022). — Текст : электронный.
3. Минюст (Министерство юстиции Российской Федерации). Реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента. — 2022. — 11 февр. — URL: <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7755/> (дата обращения: 13.02.2022). — Текст : электронный.
4. ПР (Президент России). Договор о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой. — 2001. — 16 июля. —

URL: <https://kremlin.ru/supplement/3418> (дата обращения: 13.02.2022). — Текст : электронный.

5. РГ (Российская газета). Отношения Китая и РФ переживают лучший в истории период. — 2021. — 27 сент. — URL: <https://rg.ru/2021/09/27/otnosheniia-kitaia-i-rf-perezhivaiut-luchshij-v-istorii-period.html> (дата обращения: 13.02.2022). — Текст : электронный.

6. ТКБ (журнал «ТКБ-Инвестмент партнерс»). Полет дракона. Как Китай совершил экономическое чудо. — 2021. — 27 сент. — URL: <https://journal.tkbip.ru/2020/03/19/china-miracle/> (дата обращения: 13.02.2022).

7. ЦС (Центр Сулакшина). Центр научной и политической идеологии. Китайский дракон: геополитические амбиции Поднебесной. — 2015. — 8 сент. — URL: <https://rusrand.ru/analytics/kitajskij-dragon-geopoliticheskie-ambitsii-podnebesnoj> (дата обращения: 13.02.2022). — Текст : электронный.

8. AI (Amnesty International). China: UN must act on Xinjiang atrocities after petition shows mass global outrage. — 2021. — October 21. — URL: <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2021/10/china-un-must-act-on-xinjiang-atrocities-after-petition-shows-mass-global-outrage/> (date of access: 02.02.2022). — Text : electronic.

9. BBC News. Пресса США: Россия теперь — наш главный враг. — 2017. — 31 июля. — URL: <https://www.bbc.com/russian/features-40783386> (дата обращения: 02.02.2022). — Текст : электронный.

10. CDT (China Digital Times). 中国数字时代敏感词开源研究项目 — 中国数字时代. — 2022. — 30 Jan. — URL: <https://chinadigitaltimes.net/chinese/sensitive-words-project> (date of access: 12.02.2022). — Text : electronic.

11. DOS (U.S. Department of State). U.S. Relations with China. Bilateral relations fact sheet. — 2021. — May 12. — URL: <https://www.state.gov/u-s-relations-with-china/> (date of access: 01.02.2022). — Text : electronic.

12. HRW (Human Rights Watch). China: Crimes Against Humanity in Xinjiang. — 2021. — Apr. 19. — URL: <https://www.hrw.org/news/2021/04/19/china-crimes-against-humanity-xinjiang> (date of access: 01.02.2022). — Text : electronic.

13. Lexico. UK dictionary. Facepalm. — 2022. — Febr. 13. — URL: <https://www.lexico.com/definition/facepalm> (date of access: 01.02.2022). — Text : electronic.

14. Live Internet. Рейтинг сайтов. Статистика сайта «ИА REGNUM». — 2019. — 18 дек. — URL: <https://www.liveinternet.ru/stat/regnum.ru/> (дата обращения: 13.02.2022). — Текст : электронный.

15. LJ (Live Journal). Мощь китайского дракона. — 2019. — 18 дек. — URL: <https://vsegda-tvoj.livejournal.com/33785753.html> (дата обращения: 02.02.2022). — Текст : электронный.

16. Regnum. The Atlantic: Китай — это бумажный дракон. — 2021. — 6 мая. — URL: <https://regnum.ru/news/polit/3262575.html> (дата обращения: 13.02.2022). — Текст : электронный.

17. VOA (Voice of America). Biden Says China Still Withholding 'Critical' Info on COVID Origins. — 2021. — Aug. 27. — URL: https://www.voanews.com/a/covid-19-pandemic_biden-says-china-still-withholding-critical-info-covid-origins/6210068.html (date of access: 13.02.2022). — Text : electronic.

18. Xinjiang Supply Chain Business Advisory (Updated). — 2021. — July 13. — URL: <https://www.state.gov/wp-content/uploads/2021/07/Xinjiang-Business-Advisory-13July2021.pdf> (date of access: 08.02.2022). — Text : electronic.

19. Yahoo! Sports. Russian doping controversy leaves credibility of Olympics 'teetering on the edge'. — 2022. — Febr. 10. — URL: <https://sports.yahoo.com/russian-doping-controversy-leaves-credibility-of-olympics-teetering-on-the-edge-062431232.html> (date of access: 13.02.2022). — Text : electronic.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

20. Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебник для вузов / И. В. Арнольд. — 13-е изд., стер. — Москва : Флинта, 2016. — 384 с. — Текст : непосредственный.
21. Богдан, Е. Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики / Е. Н. Богдан. — Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. — 2007. — № 4. — С. 122–127.

22. Ван, Сюй. Китай в печатных российских СМИ (номинативный аспект) : 10.01.10 : дис. ... канд. филол. наук / Ван Сюй. — Санкт-Петербург, 2012. — 187 с. — Текст : непосредственный.
23. Галинская, Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике / Т. Н. Галинская. — Текст : непосредственный // Вестник Оренбургского государственного университета. — 2013. — № 11 (160). — С. 91–94.
24. Го, Лицзюнь. Образ цифрового Китая в российских средствах массовой информации / Го Лицзюнь. — Текст : непосредственный // Научный диалог. — 2020. — № 10. — С. 26–36. — DOI: 10.24224/2227-1295-2020-10-26-36.
25. Ду, Цюаньбо. Жанрово-стилистическое своеобразие имиджа Китая в российских интернет-СМИ / Ду Цюаньбо. — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2016. — № 4 (58). — С. 12–14.
26. Зелинский, С. А. Психотехнологии гипнотического манипулирования сознанием / С. А. Зелинский. — 2009. — URL: <https://psyfactor.org/lib/zelski2-11.htm> (дата обращения: 13.02.2022). — Текст : электронный.
27. Золотухина-Аболина, Е. В. В. В. Налимов. Отечественная философия. — Москва : ИКЦ «МарТ»; Ростов-на-Дону : МарТ, 2005. — 128 с. — Текст : непосредственный.
28. Карабулатова, И. С. Образ Китая в лингвоинформационной модели современного медиадискурса (на материале русских и китайских СМИ) / И. С. Карабулатова, М. Д. Лагуткина. — Текст : непосредственный // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Сер.: Гуманитарные и социальные науки. — 2021. — Т. 21, № 3. — С. 40–53. — DOI: 10.37482/2687-1505-V124.
29. Колмогорова, А. В. Вербальные маркеры манипуляции в текстах информационно-политической войны / А. В. Колмогорова, Ю. А. Горностаева. — Текст : непосредственный // Лингвистика информационно-психологической войны : моногр. Книга III / под ред. А. П. Сковородникова. — Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2020. — С. 73–98.
30. Колмогорова, А. В. Все ли могут короли? или Стратегии легитимации испанской монархии в политическом медиадискурсе СМИ / А. В. Колмогорова, Ю. А. Горностаева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2021. — № 1 (85). — С. 41–49.
31. Кушнерук, С. Л. Основные направления развития российской лингвистики информационно-психологической войны / С. Л. Кушнерук. — Текст : непосредственный // Лингвистика информационно-психологической войны : моногр. Книга III / под ред. А. П. Сковородникова. — Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2020. — С. 20–43.
32. Кушнерук, С. Л. Информационно-психологическая война в зарубежной медиакommunikation: взгляд дискурсолога / С. Л. Кушнерук, М. А. Курочкина. — Текст : непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. — 2020. — № 7 (441). — С. 97–105. — (Филологические науки. Вып. 121). — DOI: 10.47475/1994-2796-2020-10713.
33. Лукин, А. В. Медведь наблюдает за драконом. Образ Китая в России в XVII–XXI веках / А. В. Лукин. — Москва : Восток-Запад : АСТ, 2007. — 598 с. — Текст : непосредственный.
34. Матыцина, М. С. Топосы как часть аргументационных схем и их роль в создании позитивного образа «себя» и негативного образа «другого» / М. С. Матыцина. — Текст : непосредственный // Неофилология. — 2019. — Т. 5. — № 19. — С. 306–314. — DOI: 10.20310/2587-6953-2019-5-19-306-314.
35. Сорокина, О. Н. Языковая реализация образа Китая в СМИ США: информационная модель «Экономический рост Китая» / О. Н. Сорокина. — Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. — 2010. — № 341. — С. 24–29.
36. Сорокина, О. Н. Стереотипизация информационной модели «Китайский экономический бум» в массмедийном дискурсе США / О. Н. Сорокина. — Текст : непосредственный // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. — 2012. — № 2, ч. 1. — С. 178–182.
37. Хабаров, А. А. Техники лингвокогнитивного манипулирования в реалиях информационно-психологического противоборства / А. А. Хабаров. — Текст : непосредственный // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. — 2021. — № 4. — С. 72–82. — DOI: 10.29025/2079-6021-2021-4-72-82.
38. Цзинцзин, Цзинь. Историко-символическое представление Китая в русской культуре на материале печатных СМИ / Цзинцзин Цзинь. — Текст : электронный // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. — 2016. — № 181. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriko-simvolicheskoe-predstavlenie-kitaya-v-russkoy-kulture-na-materiale-pechatnyh-smi> (дата обращения: 13.02.2022).
39. Чернявская, В. Е. Речевое воздействие в политическом, рекламном и интернет-дискурсе : учебник для магистратуры / В. Е. Чернявская, Е. Н. Молодыхенко. — Москва : Ленанд, 2017. — 176 с. — Текст : непосредственный.
40. Чэн, Юйсяо. Китай в метафорическом зеркале российских СМИ / Чэн Юйсяо. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2018. — № 1 (67). — С. 114–119.
41. Чэн, Юйсяо. Образ Китая в российских СМИ: лингвокогнитивный аспект : 10.02.01 : дис. ... канд. филол. наук / Чэн Юйсяо. — Екатеринбург, 2020. — 392 с. — Текст : непосредственный.
42. Чуян, Л. Основные направления российско-китайского сотрудничества в сфере культуры / Чуян Л. — Текст : электронный // Nauka.me. — 2019. — № 1. — 2019. — 18 июня. — URL: <https://nauka.me/s241328880005513-8-1/>. DOI: 10.18254/S241328880005513-8.
43. Ши, Ся. Концепт «Китай» в русском обыденном языковом сознании : 10.02.01 : дис. ... канд. филол. наук / Ши Ся. — Москва, 2008. — 209 с. — Текст : непосредственный.
44. Chudinov, A. P. Linguistic interpretation of Russian political agenda through fake, deepfake, post-truth / A. P. Chudinov, A. A. Koshkarova, N. B. Ruzhentseva. — Text : unmediated // J. Sib. Fed. Univ. Humanit. Soc. Sci. — 2019. — No. 12 (10). — P. 1840–1853. — DOI: 10.17516/1997—1370—0492.
45. Eissa, M. M. Polarized discourse in the news / M. M. Eissa. — Text : unmediated // Procedia. Social and Behavioral Sciences. — 2014. — Vol. 134. — P. 70–91.
46. Kienpointner, M. Alltagslogik: Struktur und Funktion von Argumentationsmustern / M. Kienpointner. — Stuttgart ; Bad Cannstatt : Frommann-Holzboog Verlag, 1992. — 447 S. — Text : unmediated.

MATERIALS

1. Kommersant (2022, Jan. 27). *Otnosheniya SShA i Kitaya* [Relations between the US and China]. Retrieved Febr. 1, 2022, from <https://www.kommersant.ru/theme/3104?page=3> (In Russ.)
2. Meduza. Istoriya (2020, July 27). *Eto polnyy feyspalm*. Kitay nachal agressivno prodvigat' sebya cherez rossiyskie SMI, no rezul'tat poluchaetsya komichnyy. Okazalos', chto KNR ne khvataet umelykh propagandistov [This is a complete facepalm. China began aggressively promoting itself through the Russian media, but the result is comical. It turned out that the PRC lacks skilled propagandists]. Retrieved Febr. 13, 2022, from <https://meduza.io/feature/2020/07/27/eto-polnyy-feyspalm> (In Russ.)
3. Minjust (Ministry of Justice of the Russian Federation) (2022, Febr. 11). *Reestr inostrannykh sredstv massovoy informatsii, vypolnyayushchikh funktsii inostrannogo agenta* [Register of foreign mass media performing the functions of a foreign agent]. Retrieved Febr. 13, 2022, from <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7755/> (In Russ.)
4. PR (President of Russia) (2001, July 16). *Dogovor o dobrososedstve, druzhbe i sotrudnichestve mezhdru Rossiyskoy Federatsiei i Kitayskoy Narodnoy Respublikoy* [Treaty of good neighborliness, friendship and cooperation between the Russian Federation and the People's Republic of China]. Retrieved Febr. 13, 2022, from <https://kremlin.ru/supplement/3418> (In Russ.)
5. RG (Rossiyskaya gazeta) (2021, Sept. 27). *Otnosheniya Kitaya i RF perezvivayut luchshiy v istorii period* [Relations between China and Russia are experiencing the best period in history]. Retrieved Febr. 13, 2022, from <https://rg.ru/2021/09/27/otnosheniia-kitaia-i-rf-perezvivaiut-luchshiy-v-istorii-period.html> (In Russ.)
6. TKB (zhurnal «TKB-Investment partners») (2021, Sept. 27). *Polet drakona. Kak Kitay sovershil ekonomicheskoe chudo* [Flight of the dragon. How China performed an economic miracle]. Retrieved Febr. 13, 2022, from <https://journal.tkbip.ru/2020/03/19/china-miracle/> (In Russ.)

7. TsS (Tsentr Sulakshina) (2015, Sept. 8). *Tsentr nauchnoy i politicheskoy ideologii. Kitayskiy drakon: geopoliticheskie ambitsii Podnebesnoy* [Center for Scientific and Political Ideology. Chinese dragon: geopolitical ambitions of China]. Retrieved Febr. 13, 2022, from <https://rusrand.ru/analytiks/kitajskij-dragon-geopoliticheskie-ambitsii-podnebesnoj> (In Russ.)

8. AI (Amnesty International) (2021, Oct. 21). *China: UN must act on Xinjiang atrocities after petition shows mass global outrage*. Retrieved Febr. 2, 2022, from <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2021/10/china-un-must-act-on-xinjiang-atrocities-aft-er-petition-shows-mass-global-outrage/>

9. BBC News (2017, July 31). *Pressa SShA: Rossiya teper' — nash glavnyy vrug* [US Press: Russia is now our main enemy]. Retrieved Febr. 2, 2022, from <https://www.bbc.com/russian/features-40783386> (In Russ.)

10. CDT (China Digital Times) (2022, Jan. 30). *China Digital Age Sensitive Words Open Source Research Project*. Retrieved Febr. 12, 2022, from <https://chinadigitaltimes.net/chinese/sensitive-words-project> (In Chinese)

11. DOS (U.S. Department of State) (2021, May 12). *U.S. Relations with China. Bilateral relations fact sheet*. Retrieved Febr. 1, 2022, from <https://www.state.gov/u-s-relations-with-china/>

12. HRW (Human Rights Watch) (2021, Apr. 19). *China: Crimes Against Humanity in Xinjiang*. Retrieved Febr. 1, 2022, from <https://www.hrw.org/news/2021/04/19/china-crimes-against-humanity-xinjiang>

13. Lexico. UK dictionary (2022, Febr. 13). *Facepalm*. URL: <https://www.lexico.com/definition/facepalm>

14. Live Internet (2019, Dec. 18). *Reyting saytov. Statistika sayta «IA REGNUM»* [Site rating. Statistics of the site “IA REGNUM”]. Retrieved Febr. 13, 2022, from <https://www.liveinternet.ru/stat/regnum.ru/> (In Russ.)

15. LJ (Live Journal) (2019, Dec. 18). *Moshch' kitayskogo drakona* [The power of the Chinese dragon]. Retrieved Febr. 2, 2022, from <https://vsegda-tvoj.livejournal.com/33785753.html> (In Russ.)

16. Regnum (2021, May 6). *The Atlantic: Kitay — eto bumazhnyy drakon* [China is a paper dragon]. Retrieved Febr. 13, 2022, from <https://regnum.ru/news/polit/3262575.html>

17. VOA (Voice of America) (2021, Aug. 27). *Biden Says China Still Withholding 'Critical' Info on COVID Origins*. Retrieved Febr. 13, 2022, from www.voanews.com/a/covid-19-pandemic-biden-says-china-still-withholding-critical-info-covid-origins/6210068.html

18. *Xinjiang Supply Chain Business Advisory* (Updated) (2021, July 13). Retrieved Febr. 8, 2022, from <https://www.state.gov/wp-content/uploads/2021/07/Xinjiang-Business-Advisory-13July2021.pdf>

19. Yahoo! Sports (2022, Febr. 10). *Russian doping controversy leaves credibility of Olympics 'teetering on the edge'*. Retrieved Febr. 13, 2022, from <https://sports.yahoo.com/russian-doping-controversy-leaves-credibility-of-olympics-teetering-on-the-edge-062431232.html>

REFERENCES

20. Arnol'd, I. V. (2016). *Stilistika. Sovremennyy angliyskiy yazyk* [Stylistics. Modern English] (textbook for universities, 13th ed.). Moscow: Flinta, 384 p. (In Russ.)

21. Bogdan, E. N. (2007). *Mediaobraz Rossii kak ponyatie teorii zhurnalistiki* [Media image of Russia as a concept of the theory of journalism]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 10: Zhurnalistika*, 4, 122–127. (In Russ.)

22. Wang, Xu (2012). *Kitay v pechatnykh rossiyskikh SMI (nominativnyy aspekt)* [China in the printed Russian media (nominative aspect)] [Dissertation of Cand. of Philol. Sciences]. St. Petersburg, 187 p. (In Russ.)

23. Galinskaya, T. N. (2013). *Ponyatie mediaobraza i problema ego rekonstruktsii v sovremennoy lingvistike* [The concept of a media image and the problem of its reconstruction in modern linguistics]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, 11(160), 91–94. (In Russ.)

24. Guo, Lijun (2020). *Obraz tsifrovogo Kitaya v rossiyskikh sredstvakh massovoy informatsii* [The Image of Digital China in the Russian Mass Media]. *Nauchnyy dialog*, 10, 26–36. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-10-26-36. (In Russ.)

25. Du, Quanbo (2016). *Zhanrovo-stilisticheskoe svoeobrazie imidzha Kitaya v rossiyskikh internet-SMI* [Genre and stylistic originality of China's image in Russian Internet media].

Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki, 4(58), 12–14. (In Russ.)

26. Zelinskiy, S. A. (2009). *Psikhotehnologii gipnoticheskogo manipulirovaniya soznaniem* [Psychotechnologies of hypnotic manipulation of consciousness]. Retrieved Febr. 13, 2022, from <https://psyfactor.org/lib/zelinski2-11.htm> (In Russ.)

27. Zolotukhina-Abolina, E. V. (2005). *V. V. Nalimov. Otechestvennaya filosofiya* [V. V. Nalimov. Domestic philosophy]. Moscow: IKTs «MarT», Rostov-na-Donu: MarT, 128 p. (In Russ.)

28. Karabulotova, I. S., & Lagutkina, M. D. (2021). *Obraz Kitaya v lingvoinformatsionnoy modeli sovremennogo mediadiskursa (na materiale russkikh i kitayskikh SMI)* [The image of China in the linguo-informational model of modern media discourse (based on Russian and Chinese media)]. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 21(3), 40–53. DOI: 10.37482/2687-1505-V124. (In Russ.)

29. Kolmogorova A. V., Gornostaeva Yu. A. (2020). *Verbal'nye markery manipulatsii v tekstakh informatsionno-politicheskoy voyny* [Verbal markers of manipulation in the texts of the information-political war]. In A. P. Skovorodnikov (Ed.), *Lingvistika informatsionno-psikhologicheskoy voyny* (Monograph, Vol. 3, pp. 73–98). Krasnoyarsk: Sib. Feder. Univ. (In Russ.)

30. Kolmogorova, A. V., & Gornostaeva, Yu. A. (2021). *Vse li mogut koroli? ili Strategii legitimatsii ispanskoy monarkhii v politicheskoy mediadiskurse SMI* [Can kings do everything? or The Strategies of the Legitimation of the Spanish Monarchy in the Political Media Discourse]. *Political Linguistics*, 1(85), 41–49. (In Russ.)

31. Kushneruk, S. L. (2020). *Osnovnye napravleniya razvitiya rossiyskoy lingvistiki informatsionno-psikhologicheskoy voyny* [Main trends in the development of Russian linguistics of information-psychological warfare]. In A. P. Skovorodnikov (Ed.), *Lingvistika informatsionno-psikhologicheskoy voyny* (Monograph, Vol. 3, pp. 20–43). Krasnoyarsk: Sib. Feder. Univ. (In Russ.)

32. Kushneruk, S. L., & Kurochkina, M. A. (2020). *Informatsionno-psikhologicheskaya vojna v zarubezhnoy mediakommunikatsii: vzglyad diskursologa* [Information and psychological warfare in foreign media communication: the view of a discourse specialist]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 7(441), 97–105. (Filologicheskie nauki, Iss. 121). (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2020-10713.

33. Lukin, A. V. (2007). *Medved' nablyudaet za drakonom. Obraz Kitaya v Rossii v XVII–XXI vekakh* [The bear is watching the dragon. The image of China in Russia in the XVII–XXI centuries]. Moscow: Vostok-Zapad, AST, 598 p. (In Russ.)

34. Matysina, M. S. (2019). *Toposy kak chast' argumentatsionnykh skhem i ikh rol' v sozdaniy pozitivnogo obraza «sebya» i negativnogo obraza «drugogo»* [Topoi as a part of argumentation schemes and their role in creating a positive image of “oneself” and a negative image of the “other”]. *Neofilologiya*, 5(19), 306–314. (In Russ.). DOI: 10.20310/2587-6953-2019-5-19-306-314.

35. Sorokina, O. N. (2010). *Yazykovaya realizatsiya obraza Kitaya v SMI SShA: informatsionnaya model'* [«Ekonomichekii rost Kitaya»] [Linguistic realization of the image of China in the US media: information model “Economic growth of China”]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 341, 24–29. (In Russ.)

36. Sorokina, O. N. (2012). *Stereotipizatsiya informatsionnoy modeli «Kitayskiy ekonomicheskii bum» v massmediynom diskurse SShA* [Stereotyping of the information model “Chinese economic boom” in the US mass media discourse]. *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, 2 (part 1), 178–182. (In Russ.)

37. Khabarov, A. A. (2021). *Tekhniki lingvokognitivnogo manipulirovaniya v realiyakh informatsionno-psikhologicheskogo protivoborstva* [Techniques of linguo-cognitive manipulation in the realities of information-psychological confrontation]. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki*, 4, 72–82. (In Russ.). DOI: 10.29025/2079-6021-2021-4-72-82.

38. Jingjing, Jing (2016). *Istoriko-simvolicheskoe predstavlenie Kitaya v russkoy kul'ture na materiale pechatnykh SMI* [Historical and symbolic representation of China in Russian culture on the material of the printed media]. *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena*, 181. Retrieved Febr. 13, 2022, from <https://cyberleninka.ru/>

article/n/istoriko-simvolicheskoe-predstavlenie-kitaya-v-russkoy-kulture-na-materiale-pechatnyh-smi (In Russ.)

39. Chernyavskaya, V. E., & Molodychenko, E. N. (2017). *Rechevoe vozdeystvie v politicheskom, reklamnom i internet-diskurse: uchebnik dlya magistratury* [Speech influence in political, advertising and Internet discourse] [Textbook for magistracy]. Moscow: Lenand, 176 p. (In Russ.)

40. Cheng, Yuxiao (2018). Kitay v metaforicheskom zerkale rossiyskikh SMI [China in the metaphoric mirror of the Russian media]. *Political Linguistics*, 1(67), 114–119. (In Russ.)

41. Cheng, Yuxiao (2020). *Obraz Kitaya v rossiyskikh SMI: lingvokognitivnyy aspekt* [The image of China in the Russian media: a linguo-cognitive aspect] [Dissertation of Cand. of Philol. Sciences]. Ekaterinburg, 392 p. (In Russ.)

42. Chunyang, L. (2019, June 18). *Osnovnye napravleniya rossiysko-kitayskogo sotrudnichestva v sfere kul'tury* [The main directions of Russian-Chinese cooperation in the field of culture].

Nauka.me. No 1. Retrieved from <https://nauka.me/s241328880005513-8-1/> DOI: 10.18254/S241328880005513-8 (In Russ.)

43. Shi, Xia. (2008). Kontsept «Kitay» v russkom obydennom yazykovom soznanii [The concept of “China” in the Russian ordinary linguistic consciousness] [Dissertation... of Cand. of Philol. Sciences]. Moscow, 209 p. (In Russ.)

44. Chudinov, A. P., Koshkarova, A. A., & Ruzhentseva, N. B. (2019). Linguistic interpretation of Russian political agenda through fake, deepfake, post-truth. *J. Sib. Fed. Univ. Humanit. Soc. Sci.*, 12(10), 1840–1853. DOI: 10.17516/1997—1370—0492.

45. Eissa, M. M. (2014). Polarized discourse in the news. *Procedia. Social and Behavioral Sciences*, 134, 70–91.

46. Kienpointner, M. (1992). *Alltagslogik: Struktur und Funktion von Argumentationsmustern*. Stuttgart, Bad Cannstatt: Frommann-Holzboog Verlag, 447 S.