

Политическая лингвистика. 2024. № 2 (104).
Political Linguistics. 2024. No 2 (104).

УДК 811.851'42:811.851'38:81'27
ББК Ш171.1-51+Ш171.1-55+Ш100.621

ГРНТИ 16.21.27; 16.21.51

Код ВАК 5.9.8

Марк Владимирович Приходько^{1✉}, Александр Владимирович Игнатенко^{2✉}, Алексей Владимирович Певцов^{3✉}

^{1,3} Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации, Москва, Россия

² Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва, Россия, ignatenko-av@rudn.ru✉, SPIN-код: 7534-3139, <https://orcid.org/0000-0001-9261-4306>

¹ marko007@mail.ru✉, SPIN-код: 1285-3567, <https://orcid.org/0009-0009-9156-8753>

³ pevcovalexofficial@gmail.com✉

Особенности формирования общественного мнения о СВО на Украине в информационном пространстве Китая

АННОТАЦИЯ. Данная работа рассматривает особенности формирования общественного мнения о СВО на Украине в информационном пространстве КНР в средствах массовой информации. В связи с этим цель исследования — проанализировать роль, функции и основные тенденции дезинформации в формировании общественного мнения в Китае на материале публикаций о СВО. Рассматриваются процессы, в которые вовлечены деструктивные нарративы в социокультурном пространстве Китая, которые потенциально воздействуют на вовлеченную аудиторию, оказывая речевое воздействие. Дезинформация играет важную роль в формировании общественного мнения и моделировании положительного или негативного образа политической силы или события. В статье выделяются основные потенциально деструктивные нарративы, распространенные в социокультурном пространстве КНР. Рассматриваются примеры продвижения заинтересованными сторонами провокационных инфоповодов, дестабилизирующих обстановку в регионе. Также рассматривается реакция китайской общественности на различные события, связанные с СВО, проявления которой отражаются в социальных сетях. Отмечается влияние на мнение общественности средств массовой информации, в результате деятельности которых происходит следование за преобладающей точкой зрения. Отмечается активное распространение в китайских социальных сетях дезинформации, связанной с проведением СВО. Это подчеркивает необходимость повышения уровня медиаграмотности интернет-аудитории.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: СВО, специальная военная операция, российско-украинские отношения, дезинформация, политический дискурс, журналистика, медиалингвистика, СМИ, средства массовой информации, медиадискурс, медиатексты, язык СМИ, языковые средства, китайские СМИ, китайский язык, манипуляция сознанием, манипулятивное воздействие, общественное сознание, общественное мнение, освещение событий.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: Приходько Марк Владимирович, преподаватель 40 кафедры Военного университета имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации; 123001, Россия, Москва, ул. Большая Садовая, д. 14; email: marko007@mail.ru.

Игнатенко Александр Владимирович, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, филологический факультет, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы; 117198, Россия, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6; email: ignatenko-av@rudn.ru.

Певцов Алексей Владимирович, курсант 5 курса Военного университета имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации; 123001, Россия, Москва, ул. Большая Садовая, д. 14; email: pevcovalexofficial@gmail.com.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Приходько, М. В. Особенности формирования общественного мнения о СВО на Украине в информационном пространстве Китая / М. В. Приходько, А. В. Игнатенко, А. В. Певцов. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2024. — № 2 (104). — С. 127-135.

Mark V. Prikhod'ko^{1✉}, Alexander V. Ignatenko^{2✉}, Aleksey V. Pevtsov^{3✉}

^{1,3} Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia

² Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russia, ignatenko-av@rudn.ru✉, SPIN: 7534-3139, <https://orcid.org/0000-0001-9261-4306>

¹ marko007@mail.ru✉, SPIN-код: 1285-3567, <https://orcid.org/0009-0009-9156-8753>

³ pevcovalexofficial@gmail.com✉

Specific Features of Formation of Public Opinion About the SMO in Ukraine in the Information Space of China

ABSTRACT. This work examines the peculiarities of the formation of public opinion about the SMO in Ukraine in the information space of the People's Republic of China in Chinese mass media. In this regard, the aim of the study is to analyze the role, functions and main trends of disinformation in shaping public opinion in China based on publications about SMO. The article examines the processes in which destructive narratives are involved in the socio-cultural space of China, which potentially affect the involved audience by exerting a verbal impact. Disinformation plays an important role in shaping pub-

© Приходько М. В., Игнатенко А. В., Певцов А. В., 2024

lic opinion and modeling a positive or negative image of a political force or event. The article highlights the main potentially destructive narratives widely spread in the socio-cultural space of the People's Republic of China. The study considers examples of the promotion by interested parties of provocative informational occasions that destabilize the situation in the region. The reaction of the Chinese public to various events related to SMO, the manifestations of which are reflected in social networks, is also considered. The authors note the influence of mass media on public opinion, as a result of which the prevailing point of view is followed. There is an active spread of disinformation in Chinese social networks related to the conduct of the SMO. This highlights the need to increase the level of media literacy of the Internet audience.

KEYWORDS: *SMO, special military operation, Russian-Ukrainian relations, disinformation, political discourse, journalism, media linguistics, mass media, media discourse, media texts, mass media language, language means, Chinese media, Chinese language, manipulation of consciousness, manipulative impact, public consciousness, public opinion, coverage of events.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Prikhod'ko Mark Vladimirovich, Senior Lecturer at the 40th Department of the Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia.*

Ignatenko Alexander Vladimirovich, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russia.

Pevtsov Aleksey Vladimirovich, 5th year Cadet of the Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia.

FOR CITATION: *Prikhod'ko M. V., Ignatenko A. V., Pevtsov A. V. (2024). Specific Features of Formation of Public Opinion About the SMO in Ukraine in the Information Space of China. In *Political Linguistics*. No 2 (104), pp. 127-135. (In Russ.).*

ВВЕДЕНИЕ

Данная работа посвящена изучению деструктивных нарративов в социокультурном пространстве Китая, обладающих воздействием на вовлеченную аудиторию, что создает условия для конфликтогенной коммуникации. В связи с этим целью исследования является определение основных тенденций развития опасных нарративов в рамках китайского медиадискурса.

Китай придерживается политики цифрового суверенитета: жесткий контроль информационного пространства, принятие нового законодательства в информационной сфере, блокировка западных медиаресурсов и социальных сетей, разработка своих аналогов свидетельствуют о том, что правительство страны уделяет большое внимание вопросам информационной политики и формированию общественного мнения. Председатель КНР Си Цзиньпин в выступлении на Национальной конференции по идеологической и культурной работе (8 октября 2023 г.) особо указал, что «необходимо построить общество с сильной сплоченностью и доминирующей социалистической идеологией» [Синьхуа: Си Цзиньпин 2023]. Обеспечивают выполнение такой инициативы блокировка обходных путей выхода на иностранные сайты, разработка государственных программ по противодействию дезинформации — меры, которые, вероятно, сохраняют свою актуальность. Вместе с тем факт активного продвижения Китаем и Россией взаимодействия СМИ и подписание 25 сентября 2023 г. в Нанкине Протокола шестнадцатого заседания Подкомиссии по сотрудничеству в области средств массовой информации российско-китайской Комиссии по гуманитарному со-

трудничеству свидетельствует о фокусировании внимания обеих стран на вопросах информационной политики и формирования воздействующих нарративов, служащих на благо развития общества данных стран.

Таким образом, в центре современной коммуникативистики оказывается перечень вопросов безопасности коммуникации и ведения «здоровых» нарративов как коммуникативных единиц, с помощью которых происходит манипулирование общественным мнением, которое в конечном счете может привести к изменениям концептуальной картины мира аудитории.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ

Общественное мнение представляет результат сложного взаимодействия психологических, социально-психологических и социальных факторов, реализующийся в социально-политической сфере в виде разделяемых большинством суждений и в коллективных типах поведения [Гуань Ш., Сунь Ю. 2023]. Оно представляет не только оценку социальной ситуации, но, прежде всего, — рациональную оценку с выходом на поведенческий акт.

Важную роль в формировании общественного мнения и моделирования положительного или негативного образа играет дезинформация. Дезинформация выступает искаженными или заведомо ложными сведениями, распространение которых необходимо для достижения пропагандистских, военных или других целей [Repnikova 2017]. С помощью дезинформации можно создавать негативный образ и дискредитировать политические системы [Солопова, Чудинов 2018]. Дезинформация является важной со-

ставляющей информационных кампаний государств по достижению своих политических и военных целей [Игнатенко, Дорофеева 2021]. Манипулируя общественным мнением через социальные сети и СМИ, актор получает возможность формировать отношение к различным событиям в мире [Сунь Ю., Калинин, Игнатенко 2021]. Информационным оружием является системный подход в манипулировании массовым сознанием, направленном на управление высшей нервной деятельностью человека [Приходько 2022]. Все это указывает на высокую значимость дезинформации в медиапространстве как основном методе манипулирования общественным сознанием, обладающим широким возможным перечнем репрезентаций в зависимости от контекста и огромным скрытым потенциалом в вопросах воздействия на общество и личность.

Манипулирование как метод воздействия представляет собой одну из наиболее эффективных форм преобразования социального поведения. Дезинформация может применяться во всех видах психологических операций. Основным инструментом дезинформации в информационно-психологических операциях обычно являются средства массовой информации — печать, радио, телевидение, а также социальные сети, видеохостинги и мессенджеры. Так, например, на территории Китая особой популярностью обладают такие социальные сети, как «Weibo» (微博), «WeChat» (微信), «Bilibili» (哔哩哔哩), «TikTok» (抖音) и «QQ» (腾讯QQ).

В отсутствие сегодня системы международного права, регулирующей отношения в киберпространстве, опыт КНР представляет особый интерес. В период, когда западные страны осуществляют целенаправленную политику на саботирование выработки норм в сфере отношений в киберпространстве, Китай может отстаивать права национальных интересов в цифровой сфере и в более широком плане, применительно к защите суверенитета и безопасности страны [Мельникова 2022].

Главной движущей силой развития СМИ в Китае является государство, которое с помощью политических и экономических мер воздействия на медиаотрасль создает необходимые условия для модернизации журналистской деятельности [Линь 2023: 96]. Традиционные СМИ КНР ориентированы на аудиторию Китая и зарубежных стран и отражают официальную государственную позицию правительства КНР. В этой связи каждая публикация проходит контроль и цензуру. Однако социальные сети в меньшей сте-

пени подвержены «надзору» китайских властей. Так, социальная сеть «Weibo» с 2009 г. является самой популярной площадкой для высказывания мнений и реализации принципа свободы слова [Мельникова 2022].

В то же время широкие рамки реализации свободы слова могут привести к такой ситуации, в которой социальные сети станут платформой, позволяющей осуществлять коммуникацию неконтролируемо, что, вероятно, в долгосрочной перспективе повышает фактор риска ее конфликтности. Например, российские эксперты отмечают, что с начала спецоперации на Украине число распространяемой дезинформации увеличилось кратно: с помощью системы искусственного интеллекта эксперты выявили почти 1,5 млн таких вбросов [Известия 2022]. Данные показатели иллюстрируют стремление массового актора за короткий срок воздействовать на общественное мнение за счет деструктивных нарративов, приводящих к конфликтности коммуникации.

Таким образом, ставится вопрос о критической важности формирования таких условий, которые позволили бы обеспечивать безопасность социальной медиакоммуникации. В качестве основания к этому ниже приведем практическое исследование. Данное исследование подробно проиллюстрирует пагубные тенденции формирования нарративов в медиапространстве относительно специальной военной операции на Украине.

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

В качестве метода исследования применялся контент-анализ и сопоставление публикаций новостных сообщений в ходе этапов проведения СВО:

- 1) начальный этап (24.02.2022 — 21.09.2022);
- 2) мобилизационный этап (21.09.2022 — 31.03.2023);
- 3) этап контрнаступления ВСУ (31.03.2023 — 04.09.2023);
- 4) провал контрнаступления ВСУ (04.09.2023 — по настоящее время).

Данные этапы были выделены на основе анализа заявлений президента РФ В. В. Путина, а также вступления в силу указа ВГК «Об объявлении частичной мобилизации в Российской Федерации». Начало третьего этапа — контрнаступление ВСУ — было определено по началу публикации новостей о подготовке ВСУ к контрнаступлению. За точную дату было принято заявление министра обороны Украины о подготовке к контрнаступлению [РИА 2023].

Таблица 1

Анализ тональности статей СМИ Китая по четырем периодам проведения Специальной военной операции на Украине

	Позитивная				Негативная				Нейтральная			
	1-й этап	2-й этап	3-й этап	4-й этап	1-й этап	2-й этап	3-й этап	4-й этап	1-й этап	2-й этап	3-й этап	4-й этап
Renmin Ribao	5	2	6	13	0	0	1	0	15	18	13	7
Ifeng/Phoenix.TV	8	3	11	18	5	6	6	1	7	11	3	1
China Daily	12	10	9	17	5	0	2	0	3	10	9	3
Sinhua	3	6	6	10	0	1	2	0	17	13	12	10
Global Times	7	8	10	13	2	0	0	1	11	12	10	6
SCMP	0	1	3	5	9	13	10	0	11	6	7	0

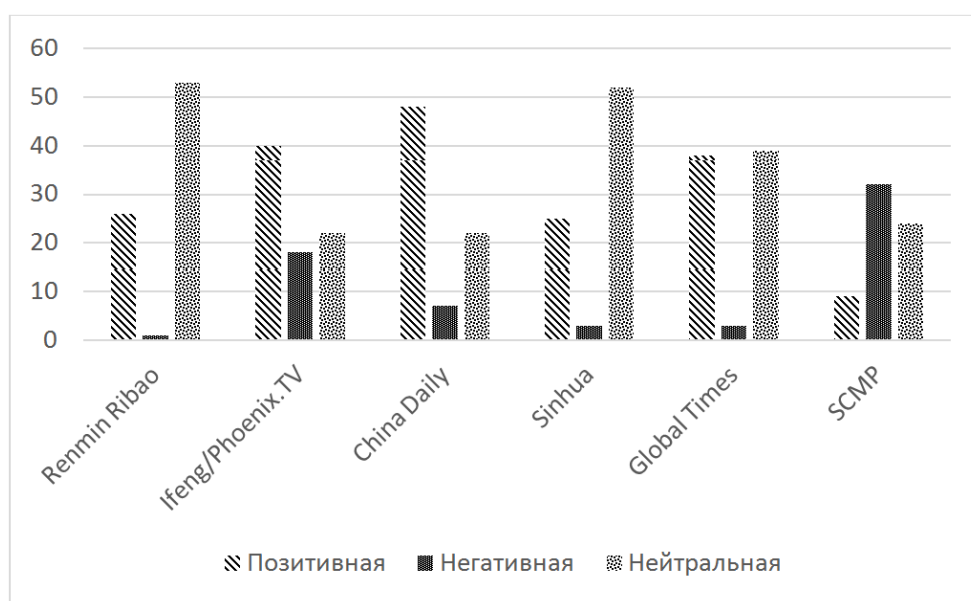


Рис. 1. Общая тональность публикаций в СМИ КНР

При проведении анализа нами были отобраны материалы основных государственных СМИ КНР (Renmin Ribao, Ifeng/Phoenix.TV, China Daily, Sinhua, Global Times, SCMP) и социальных сетей (WeChat, WeiBo, Telegram), которые освещали события каждого этапа проведения СВО. При анализе были отобраны по 20 статей с каждого ресурса (табл. 1).

По содержанию статей была выявлена основная тональность публикаций: издания «Renmin Ribao», «Ifeng/Phoenix.TV», «China Daily», «Sinhua» читает преимущественно население Китая. Процентное соотношение читателей китайского населения этих ресурсов по отношению к аудиториям из других стран составляет от 62 % до 92 %. Тогда как «Global Times» и «South China Morning Post»

(SCMP) читает преимущественно аудитория из США и Гонконга.

Общий анализ тональности публикаций показал, что наиболее негативные статьи по СВО публиковала гонконгская газета SCMP (рис. 1). Правительство Китая активно работает по проблеме «свободной прессы» на территории САР Гонконг. Далее было проанализировано каждое СМИ по своей тональности освещения проведения СВО на Украине на четырех этапах (рис. 2). Согласно графику, к освещению четвертого этапа проведения СВО тональность публикаций позитивного характера возрастает. В то же время оппозиционно-нейтральные СМИ (SCMP) понижают негативную и нейтральную тональность и публикуют статьи с более позитивной окраской.

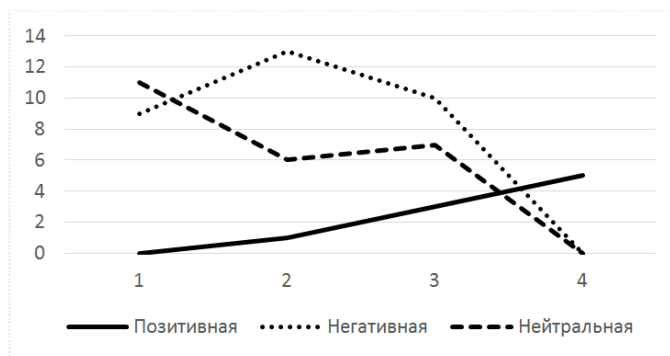


Рис. 2. Тональность публикаций «Renmin Ribao», «Ifeng/Phoenix.TV», «China Daily», «Sinhua», «Global Times», «SCMP»

Анализируя тональность публикаций, можно заметить, что упор делается на пропагандистскую работу КПК, направленную на местное население Китая и зарубежные страны. Об этом свидетельствует тот факт, что большинство анализируемых СМИ придерживались позиции нейтралитета или публиковали статьи с позитивным отношением к проведению СВО на Украине.

При анализе китайского сегмента социальных сетей было выявлено, что каждый канал имеет свою направленность подачи информации. Есть ярко выраженные «про-российские» каналы, каналы, занимающие нейтральную позицию и агрессивные «про-украинские». От аудитории зависит и направленность контента. Некоторые каналы освещают события СВО каждый день, выдавая ложные сводки новостей с передовой. При этом приводят ложные цифры статистики по уничтоженной технике, живой силе и размещению сил. Другие «проукраинские» каналы публикуют короткие видео с уничтожением бронетехники и самолетов ВС РФ. Это формирует образ России как слабого государства, которое проигрывает в конфликте на Украине. Некоторые материалы в китайском сегменте социальных медиа носят провокационный характер, вынуждают население Китая бояться говорить о поддержке России, о желании выполнять задачи в зоне боевых действий.

Таким образом, в ходе общего анализа СМИ Китая и социальных медиа было выявлено, что тональность публикаций и их направленность по освещению СВО и формированию общественного мнения по его проведению различается. Сегмент СМИ контролируется правительством Китая и отражает его позицию по данному вопросу. А социальные медиа состоят из каналов разной направленности, в том числе и агрессивно-оппозиционной. Это позволяет противнику работать с населением КНР и формировать негативное общественное мнение и отрица-

тельное отношение к России. Социальные сети являются основным каналом распространения дезинформации для специалистов США и стран Запада.

Для выявления особенностей формирования общественного мнения китайской аудитории о СВО нами были выделены основные деструктивные нарративы, продвигаемые в социальном информационном пространстве Китая:

- 1) пропаганда диктаторского характера режима КПК и председателя КНР Си Цзиньпина среди китайского населения;
- 2) показ беспомощности ВС РФ в зоне боевых действий при взаимодействии с оружием западных стран;
- 3) демонстрация негативного влияния на общество участников СВО;
- 4) показ проведения Специальной военной операции как действий, выгодных только для правительства России и диктатора Си Цзиньпина;
- 5) показ финансовой выгоды в проведении СВО для бизнеса и отсутствие выгоды для простого населения Китая и России.

Ниже подробнее разберем некоторые иллюстрирующие примеры сложившихся нарративов в китайском интернет-пространстве.

Остановимся подробнее на публикации на платформе WeChat «Китайцы принимают участие в российско-украинской войне!» (https://mp.weixin.qq.com/s/LqH84HqJfM2F_w9lguXyRg). Ключевым словом в заголовке и в тексте является китайская лексема '战争' («война»). Данная лексема может формировать негативный образ при описании российско-украинского конфликта, что потенциально формирует негативное отношение к событиям. В статье говорится о «китайце», который, по словам автора, проживал в России в течение шести лет и встречался с русской девушкой. Без предоставления деталей текст указывает на его десятилетнюю тюремную жизнь и принятие решения присоединиться к ЧВК «Вагнер», чтобы досрочно

выйти из тюрьмы. Отмечается, что такое решение не только нарушает законодательство Китая, но и представляет угрозу окружающим и обществу. Далее автор затрагивает официальную позицию китайского правительства, которое категорически против того, чтобы китайцы присоединялись к любым наемным подразделениям, так как это может повлечь за собой негативные последствия для общественного имиджа страны. На фотографии «китаец-наемник» одет в полевую форму ВС РФ, что вызывает сомнения в его причастности к ЧВК «Вагнер», так как бойцы данного подразделения используют форму других образцов. В последнем пункте статьи подчеркивается необходимость обращения к китайскому посольству в России при обнаружении подобных личностей. Такой подход подразумевает создание обстановки недоверия и подозрительности среди китайцев, находящихся за границей. Несмотря на то, что статья написана на китайском языке, представленные изображения доказательств, подписаны на английском языке (рис. 3), что может вызывать дополнительные вопросы о ее авторстве и достоверности.

A Chinese man dies in the Ukrainian battlefield after joining Wagner for only 2 days.



Рис. 3. Публикация о «китайском наемнике»

Социальная сеть «WeChat» стала площадкой для распространения материала под провокационным названием, сравнивающим боевые достижения российских и украинских военных формирований. «Россия — Украина: боевые успехи легиона „Свобода России“ за один день операции более впечатляющие, чем результаты деятельности ЧВК „Вагнер“ за целый год» [<https://mp.weixin.qq.com/s/XdKvj2gPgsAsd3OX9VIF6w>]. Автор намеренно извиняется за «неточное» название, возможно, в попытке избежать внимания контролирующих органов. Существенная часть статьи посвящена анализу интервью Пригожина, которое вызвало общественный резонанс в России и за ее пределами.

Такие записи, хотя и неактуальные по времени, создали у пользователей сети и зарубежных СМИ ошибочное представление о текущем положении на месте событий. Этот момент стал основой для активного обсуждения в информационном пространстве, в том числе и на платформах «WeChat» и «WeiBo». Из этого можно заключить, что провокация была успешной, и она продемонстрировала роль дезинформации в условиях современного конфликта.

外媒揭秘：“中国首度向俄罗斯移交军事装备！明确了立场”

Original: 周六 周六不是星期六 2023-06-16 08:53

一则耸人听闻的标题在全球引发了热烈讨论：“中国首次向俄罗斯转移军事装备！”

СМИ: Китай впервые передал России военную технику

03.06.2023 14:50

Издание Bild сообщило, что Китай впервые поставил России военную технику для участия в боевых действиях.



Этот заголовок, вместе с связанными изображениями танков, безусловно, привлек внимание всего мира. Естественно, появились и различные экспертные мнения.

Эти эксперты считают, что Китай изначально не поддерживал конфликт, но теперь внезапно изменил позицию, предоставив военную технику. Это свидетельствует о том, что Китай выбрал сторону в пользу России. Они считают, что это свидетельствует о

Рис. 4. Фейк о передаче ВВТ России

Было также выявлено множество статей с отчетами и «разоблачениями» журналистов, связанными с проблематикой поставок военной техники Китаем в Россию. В этом контексте следует обратить внимание на активность немецкой таблоидной публикации «Bild» (рис. 4), которая инициировала масштабную информационную кампанию на данную тему в китайском информационном пространстве. Пользователи Сети активно комментировали такие публикации. Это могло спровоцировать общественное недовольство вмешательством Китая в конфликт на Украине, вызвать страх «вовлеченности в конфликт» у населения и расшатать внутриполитическую обстановку.

Обратим внимание на интересный случай манипуляции аудиторией, произошедший в китайском сегменте социальной сети TikTok. Инцидент представляет заметный пример того, как люди могут использовать создание персональных легенд в качестве стратегии маркетинга. Китайский пользователь TikTok прибегнул к необычной маркетинговой тактике для продвижения своего

интернет-магазина, торгующего российскими товарами, включая водку, сухое молоко и мед. Китаец создал фейковый образ «военнослужащего российской армии», ссылаясь на свои мнимые военные заслуги и назвав себя «бойцом чеченского спецназа Баоером Кечати» (<https://mp.weixin.qq.com/s/m2kVicTRqpgEV-qYOQTsOQ>) [Оборот.ру]. Он также использовал технологии искусственного интеллекта для добавления бороды и изменения некоторых черт своего лица, чтобы придать ему европеоидный вид, а также модифицировал свой голос. Этот продуманный маркетинговый ход оказался успешным, блог в течение короткого времени собрал 400 тыс. подписчиков. Автор описывал участие в вымышленных боевых операциях, таких как «захват АЭС под Харьковом» и столкновения с «американскими наемниками», появлялись видео с «трофейным» оружием. Однако этот фейк был вскрыт, когда пользователи указали, что он использует китайский IP-адрес.

Украинскую повестку также активно освещает китайский военкор Лю Юйгуан. Он является репортером телеканала «Phoenix TV» по ситуации в России. Однако большую популярность он приобрел на информационных площадках «WeChat», «Douyin» и «Weibo». Лю Юйгуан начал свою работу с первых месяцев проведения СВО. Начало его работы в зоне боевых действий ассоциируется главным образом с интервью негативного характера с точки зрения освещения действий ВС РФ на территории ДНР и ЛНР (<https://youtu.be/jhvhuwaJYxg?si=XTPDrAlweDndv5a1>). Но после некоторого периода динамика явно изменилась. В репортажах он рассказывал об освобождении городов и помощи мирному населению. Кроме того, он отметил в видео безнадежность украинского «контрнаступления» и его полный провал. Особую реакцию у пользователей Сети вызвало первое уничтожение танка «Challenger-2» в зоне СВО. Данное видео набрало большое количество просмотров и репостов (<https://mp.weixin.qq.com/s/WvmW-Wk8oiYEpv5LW3Ja1g>).

При анализе публикаций в *WeChat* большое внимание нами уделялось динамике освещения событий. Данная платформа дает возможность пользователям анализировать частотность употребления лексических единиц в определенный период. При анализе частотности употребления лексемы «挫败» (букв. «терпеть неудачу», «расстраивать планы врага») было выявлено, что наибольшее число раз эта лексическая единица употреблялась во всех видах медиаконтента в сентябре 2022 г. Данное слово обладает

негативной коннотацией, что позволяет формировать отрицательное отношение к описываемым событиям. На выделенный период приходятся события, связанные с перегруппировкой ВС РФ на Украине, или, как преподносят нам это западные СМИ, «отступление и неудача ВС РФ на Украинском фронте». Это косвенно свидетельствует о том, что в социальных сетях активно ведется работа по формированию негативного отношения к проведению СВО.

Нами также были проанализированы дезинформирующие публикации из «проукраинских каналов» с наибольшим количеством просмотров и подписчиков («有理儿有面», «我们都雪要勇气», «兼爱在无为», «军武次位面», «后沙月光», «404通讯 | The CCP-China Watch», «焦点-5条文字发言后才能发链接», «学习墙国», «揭露国人底色&践踏墙国玻璃心» и др. (<https://mp.weixin.qq.com/s/zGDipjBnF9tc6qObGTZPpg>; https://t.me/XueXi_China; <https://t.me/chinaupdatehttps://t.me/cnbbs001>; <https://t.me/JTQGBLX>)) китайских социальных сетей «WeChat», «Telegram» и «Weibo». Среди выделенного списка новостных информационных и аналитических каналов часть информации подается через омонимичные лексические единицы или через общепринятые условные имена нарицательные. Информация, которая носит проукраинский характер и несет в себе заведомо ложные сведения, отличается заменой иероглифов «俄» («Россия», «русский») на «鹅» («гусь»). В связи с этим публикации содержат «слова-заменители» 俄军 и 鹅军, 俄炮兵 и 鹅炮兵 и т. д. Это придает негативную окраску действиям ВС РФ и путает алгоритмы выявления ложной информации в китайском сегменте социальных сетей. Например, при упоминании высшего руководства КНР и России также используются омонимичные иероглифы или условные нарицательные лексические единицы, например Си Цзиньпин (习近平) часто упоминается как Си-баоцзы (习包子), т. е. «булочка Си» (<https://mp.weixin.qq.com/s/zGDipjBnF9tc6qObGTZPpg>).

В целях борьбы с подобными источниками информации, фейковыми новостями и рассылками, КПК проводит на территории Китая различные мероприятия. Одним из последних мероприятий по информационной безопасности является недельная кампания по противодействию слухам в интернете. Ее цель — лучше информировать общественность о вреде дезинформации. По сообщению SCMP: «...кампания была запущена после того, как председатель КНР Си Цзиньпин завершил двухдневное совещание по кибербезопасности в Пекине, подчеркнув не-

обходимость создания Китаем „барьера безопасности“ в интернете» [Xie 2023]. Такая ситуация подчеркивает важность критического подхода к информации, которую мы получаем в социальных сетях, и демонстрирует, как технологии могут быть использованы для манипуляций в информационном пространстве.

Таким образом, в китайском социальном медиапространстве сложилась ситуация, которая характеризуется обширным многообразием случаев дезинформации аудитории в контексте СВО. При этом несмотря на то, что в некоторых случаях, возможно, истинные цели авторов каналов не направлены на нанесение идеологического или какого-либо другого вреда аудитории, нарратив, формируемый благодаря их публикациям, приобретает деструктивный характер и нацелен на дестабилизацию межличностных отношений представителей разных национальностей. Такое наблюдение указывает на системный характер воздействия на концептуальную картину мира аудитории и подчеркивает необходимость контроля за этими процессами в рамках медиадискурса.

ВЫВОДЫ

Исследование политических каналов-блогов, освещающих международные отношения и СВО на Украине, позволило выявить активное использование социальных сетей для распространения информации, не всегда соответствующей официальной позиции Китая. В частности, на платформах «WeChat» и «Weibo» были обнаружены статьи, содержащие фейковые новости и провокационные заголовки, связанные с участием китайцев в СВО на Украине. Это свидетельствует о попытках манипулирования общественным мнением и создания обстановки недоверия и подозрительности среди китайцев. Важным аспектом является использование социальных сетей для распространения дезинформации и создания ошибочного представления о текущем положении на месте событий, что подчеркивает роль дезинформации в условиях современного конфликта. Также были выявлены попытки иностранных СМИ, в частности немецкой публикации «Bild», инициировать информационную кампанию на тему поставок военной техники Китаем в Россию, что могло спровоцировать общественное недовольство вмешательством Китая в конфликт на Украине.

Социальные сети активно используются для распространения дезинформации и манипуляции общественным мнением в контексте международных конфликтов. Это

требует внимания со стороны государственных структур и общественности для борьбы с фейковыми новостями и сохранения информационной безопасности. Противники КНР и КПК проводят активную работу по дискредитации РФ, российских лидеров, а также своего правительства. Кроме того, враги России делают попытки по дестабилизации дружеских отношений между Россией и Китаем, распространяя дезинформацию. Это подчеркивает необходимость борьбы с деструктивными нарративами и повышения уровня медиаграмотности интернет-аудитории.

ИСТОЧНИКИ

1. Около 1,5 млн фейков появилось с начала операции на Украине // Известия. — URL: <https://iz.ru/1299779/2022-03-03/okolo-15-mln-feikov-poiavilos-s-nachala-operacii-na-ukraine> (дата обращения: 01.11.2023).
2. Китайский блогер выдавал себя за чеченца, воюющего под Харьковом, чтобы продавать соотечественникам товары из России // Оборот.ру. — 2023. — 22 июня. — URL: <https://oborot.ru/news/kitajskij-bloger-vydaval-sebya-za-chechenca-voyuushhego-pod-harkovom-chtoby-prodatov-sootchestvennikam-tovary-iz-rossii-cto-i188855.html> (дата посещения: 25.06.2023).
3. Министр обороны Украины подтвердил подготовку к контрнаступлению // РИА. — 2023. — 31 марта. — URL: <https://ria.ru/20230331/kontrnastuplenie-1862043160.html> (дата обращения: 23.11.2023).
4. Kawala Xie. “China launches another internet crackdown targeting online rumours”. — 2023. — July 16. — URL: <https://www.scmp.com/news/china/politics/article/3227889/china-launches-another-internet-crackdown-targeting-online-rumours> (date of access: 20.08.2023).
5. 关于加强“自媒体”管理的通知 = Правила регулирования персональных СМИ. — 10.07.2023. — URL: http://www.sac.gov.cn/2023-07/10/c_1690638496047430.htm (дата обращения: 10.07.2023).
6. 习近平对宣传思想工作作出重要指示 = Информационное агентство Синьхуа. Си Цзиньпин дал важные указания по пропаганде идеологической и культурной работы. — 08.10.2023. — URL: <http://politics.people.com.cn/n1/2023/1008/c1024-40090913.html> (дата обращения: 08.10.2023).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Басенко, Н. А. Политическая свобода: опыт дискурсивного анализа / Н. А. Басенко. — Текст : непосредственный // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. тр. — Санкт-Петербург : [б. и.], 2004. — С. 87.
2. Борискина, О. О. Корпусное исследование языка: мода или необходимость / О. О. Борискина. — Текст : непосредственный // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2015. — № 3. — С. 24–27.
3. Гуань, Ш. Мультимодальные метафора и метонимия в формировании образа страны (на материале политических карикатур) / Ш. Гуань, Ю. Сунь — Текст : непосредственный // Russian Journal of Linguistics. — 2023. — Т. 27. — №2. — С. 444–467. — DOI 10.22363/2687-0088-31664.
4. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. — Москва : Прогресс, 1989. — 300 с. — Текст : непосредственный.
5. Игнатенко, А. В. Политические метафоры в контексте стереотипизации и когнитивных искажений / А. В. Игнатенко, Е. А. Дорощева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 3 (93). — С. 27–38.
6. Лингвистика информационно-психологической войны : монография / А. А. Бернацкая, И. В. Евсеева, А. В. Колмогорова [и др.] ; под ред. А. П. Сковородникова ; Сибирский федеральный университет. — Красноярск : СФУ, 2017. — Кн. 1. — 336 с.
7. Линь, Ф. Трансформация газет в цифровую эпоху: опыт китайских СМИ / Ф. Линь — Текст : непосредственный //

Меди@льманах. — 2023. — № 1 (114). — С. 96–105. — DOI 10.30547/medialmanah.1.2023.96105.

8. Мельникова, О. А. Опыт Китая в защите национального киберсуверенитета / О. А. Мельникова. — Текст : непосредственный // Международная жизнь. — 2022. — № 12. — С. 106–119.

9. Приходько, М. В. Психолингвистическое манипулирование общественным сознанием как прием ведения информационных войн / М. В. Приходько. — Текст : непосредственный // Лингвистическое обеспечение военной деятельности. Теоретические и прикладные аспекты профессиональной деятельности военного переводчика : материалы Всерос. науч.-практ. конф. по актуальным проблемам лингвистического обеспечения военной деятельности. — Москва : Военный университет, 2022. — С. 270–279.

10. Солопова, О. А. Диахронический анализ метафор в британском корпусе текстов: колокола победы и Russia's V-day / О. А. Солопова, А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный // Russian Journal of Linguistics. — 2018. — Т. 22. — №2. — С. 313–337. — DOI 10.22363/2312-9182-2018-22-2-313-337.

11. Сунь, Ю. Использование индексов метафоричности для анализа речевого воздействия метафоры в текстах публичных выступлений политиков / Сунь Ю., О. И. Калинин, А. В. Игнатенко. — Текст : непосредственный // Russian Journal of Linguistics. — 2021. — Т. 25. — № 1. — С. 250–277. — DOI 10.22363/2687-0088-2021-25-1-250-277.

12. Chilton, P. A. Foreign policy by metaphor / P. A. Chilton, G. Lakoff. — Text : unmediated // Language and Peace / Ch. Schaffner, A. Wenden (eds.). — Aldershot : Dartmouth, 1995. — P. 37–59. — <https://doi.org/10.4324/9780203984994>.

13. Gibbs, R.W. The Social-Cognitive Dynamics of Metaphor Performance / R. W. Gibbs, L. J. Cameron. — Text : unmediated // Cognitive Systems Research. — 2008. — Vol. 9. — Iss. 1–2. — P. 64–75. — <https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2007.06.008>.

14. Landtsheer, Ch. de. Function and the Language of Politics. A Linguistics Uses and Gratification Approach / Ch. de Landtsheer. — Text : unmediated // Communication and Cognition. — 1991. — Iss. 24 (3/4). — P. 299–342.

15. Repnikova, Maria. Media Politics in China: Improvising Power under Authoritarianism. — Cambridge : Cambridge Univ. Pr., 2017. — DOI 10.16997/wppc.279.

MATERIALS

1. News. (2023). *Okolo 1,5 mln fejkov poyavilos' s nachala operacii na Ukraine* [About 1.5 million fakes have appeared since the beginning of the operation in Ukraine]. Retrieved from <https://iz.ru/1299779/2022-03-03/okolo-15-mln-fejkov-poiavilos-s-nachala-operacii-na-ukraine> (In Russ.)

2. Oborot.ru. (2023). *A Chinese blogger posed as a Chechen fighting near Kharkov in order to sell goods from Russia to compatriots*. Retrieved from <https://oborot.ru/news/kitajskij-blogger-vy-daval-sebya-za-chechencu-voyuyushhego-pod-harkovom-chtoby-prodat-sootechestvennikam-tovary-iz-rossii-cto-i188855.html> (In Russ.)

3. RIA (n.d.). *Ministr oborony Ukrainy podtverdil podgotovku k kontrmastupleniyu* [The Minister of Defense of Ukraine confirmed preparations for a counteroffensive]. Retrieved from <https://ria.ru/20230331/kontrmastuplenie-1862043160.html> (In Russ.)

4. Kawala, Xie. (2023). *China launches another internet crackdown targeting online rumours*. Retrieved from <https://www.scmp.com/news/china/politics/article/3227889/china-launches-another-internet-crackdown-targeting-online-rumours>

5. 关于加强“自媒体”管理的通知. (2023). [Rules for the regulation of personal media]. Retrieved from http://www.cac.gov.cn/2023-07/10/c_1690638496047430.htm (In Chin.)

6. 习近平对宣传思想工作作出重要指示 [Xinhua News Agency (n.d.). Xi Jinping gave important instructions on the promotion of ideological and cultural work]. Retrieved from <http://politics.people.com.cn/n1/2023/10/08/c1024-40090913.html> (In Chin.)

REFERENCES

1. Basenko, N.A. (2004). Politicheskaya svoboda: opyt diskurs-analiza [Political freedom: experience of discourse analysis]. In *Aktual'nye problemy teorii kommunikatsii* (selected scientific works, p. 87). Saint Petersburg. (In Russ.)

2. Boriskina, O.O. (2015). Korpusnoe issledovanie yazyka: moda ili neobkhodimost'. *Vestn. Voronezh. gos. un-ta. Seriya: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*, 3, 24–27. (In Russ.)

3. Guan, S., & Sun, Yu. (2023). Mul'timodal'nye metafora i metonimiya v formirovanii obraza strany (na materiale politicheskikh karikatur) [Multimodal metaphor and metonymy in political cartoons as a means of country image construction]. *Russian Journal of Linguistics*, 27(2), 444–467. DOI 10.22363/2687-0088-31664 (In Russ.)

4. Dijk, T. A. van (1989). *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Moscow: Progress, 300 p. (In Russ.)

5. Ignatenko, A.V., & Dorofeeva, E.A. (2022). Politicheskie metafora v kontekste stereotipizacii i kognitivnykh iskazhenij [Political Metaphors in the Context of Stereotyping and Cognitive Distortions]. *Political Linguistics*, 3(93), 27–38. (In Russ.)

6. Bernatskaya, A.A., Evseeva, I.V., Kolmogorova, A.V., et al. (2017). *Lingvistika informatsionno-psikhologicheskoy voyny* [Linguistics of information-psychological war] [Monograph] (ed. A.P. Skovorodnikov, Vol. 1). Krasnoyarsk: Sib. Fed. Univ., 336 p. (In Russ.)

7. Lin, F. (2023). Transformatsiya gazet v cifrovuyu epohu: opyt kitajskikh SMI [The transformation of newspapers in the digital age: the experience of Chinese media]. *Medi@lmanah*, 1(114), 96–105. DOI 10.30547/medialmanah.1.2023.96105. (In Russ.)

8. Melnikova, O.A. (2022). Opyt Kitaya v zashchite nacional'nogo kibersuvereniteta [China's experience in protecting national cyber sovereignty]. *International life*, 12, 106–119. (In Russ.)

9. Prihodko, M.V. (2022). Psiholingvisticheskoe manipulirovanie obshchestvennym soznaniem kak priyom vedeniya informatsionnykh voyn [Psycholinguistic manipulation of public consciousness as a method of conducting information wars]. In *Lingvisticheskoe obespechenie voennoy deyatelnosti. Teoreticheskie i prikladnye aspekty professional'noy deyatelnosti voennogo perevodchika* (Materials of All-Russian scientific-practical conf. on current issues of linguistic support for military activities, pp. 270–279). Moscow: Military University. (In Russ.)

10. Solopova, O.A., & Chudinov, A.P. (2018). Diahronicheskij analiz metafor v britanskom korpusе tekстов: kolokola pobedy i Russia's V-Day [Diachronic analysis of political metaphors in the British corpus: From victory bells to Russia's V-Day]. *Russian Journal of Linguistics*, 22(2), 313–337. DOI 10.22363/2312-9182-2018-22-2-313-337 (In Russ.)

11. Sun, Y., Kalinin, O.I., & Ignatenko, A.V. (2021). Ispol'zovanie indeksov metaforichnosti dlya analiza rechevogo vozdeystviya metafor v tekstah publichnykh vystuplenij politikov [The use of metaphor power indices for the analysis of speech impact in political public speeches]. *Russian Journal of Linguistics*, 25(1), 250–277. DOI 10.22363/2687-0088-2021-25-1-250-277 (In Russ.)

12. Chilton, P.A., & Lakoff, G. (1995). Foreign policy by metaphor. In Ch. Schaffner, A. Wenden (eds.), *Language and Peace* (pp. 37–59). Aldershot: Dartmouth. <https://doi.org/10.4324/9780203984994>.

13. Gibbs, R.W., Jr., & Cameron, L.J. (2008). The Social-Cognitive Dynamics of Metaphor Performance. *Cognitive Systems Research*, 9 (1–2), 64–75. <https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2007.06.008>.

14. Landtsheer, Ch. de. (1991). Function and the Language of Politics. A Linguistics Uses and Gratification Approach. *Communication and Cognition*, 24(3/4), 299–342.

15. Repnikova, Maria. (2017). *Media Politics in China: Improvising Power under Authoritarianism*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI 10.16997/wppc.279.