

РАЗДЕЛ 4. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Политическая лингвистика. 2026. № 4 (118).

Political Linguistics. 2026. No 4 (118).

УДК 81'42+81'38

ББК Ш105.51+Ш105.551.5

ГРНТИ 16.21.33; 16.21.55

Код ВАК 5.9.8

Ван Цзюань¹✉, Нурбия Юнус²✉

^{1,2} Синьцзянский педагогический университет, Урумчи, Китай

¹ 229221727@qq.com✉

² 2826086296@qq.com✉

Дискурсивная репрезентация образа Китая в СМИ разных стран в современных научных исследованиях

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются научные публикации 2021–2025 гг., посвященные дискурсивной репрезентации образа Китая в СМИ разных стран. Цель исследования состоит в выявлении тематических, языковых и методологических тенденций изучения данного объекта в политико-лингвистическом аспекте. Материалом послужили 120 репрезентативных работ, сгруппированных по доминирующим тематико-дискурсивным полям. Используются тематический анализ, дискурсивный анализ и сравнительно-аналитический метод. Показано, что современные исследования отходят от описания медиаприсутствия Китая и всё чаще сосредотачиваются на языковых способах конструирования политического смысла. Наиболее значимыми направлениями являются кризисно-конфликтная, политико-дипломатическая, экономико-развивающая и дигитально-мультимодальная репрезентации. Установлено, что образ Китая формируется через номинативные стратегии, аксиологическую маркированность, предикативное распределение ролей, фреймирование, нарративные схемы и вербально-визуальные средства. Особое внимание уделяется различию китайской, русскоязычной и иных академических традиций в выборе материала, аналитических категорий и способов языкового описания Китая. Полученные результаты могут применяться в исследованиях политической лингвистики, медиадискурса, международной коммуникации и национального образа, а также при сопоставительном анализе современных СМИ. Сделан вывод о становлении медиаобраза Китая как самостоятельного проблемного поля политико-лингвистического анализа.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политическая лингвистика, политический дискурс, образ Китая, дискурсивная репрезентация, средства репрезентации, журналистика, медиалингвистика, СМИ, средства массовой информации, медиадискурс, медиатексты, язык СМИ, языковые средства, медиаобразы, номинативные стратегии, оценочная семантика, фреймовый анализ, мультимодальный анализ.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: Ван Цзюань, доктор филологических наук, профессор, кафедра русского языка, институт иностранных языков, Синьцзянский педагогический университет, г. Урумчи, Китай, email: 229221727@qq.com.

Нурбия Юнус, магистр, институт иностранных языков, Синьцзянский педагогический университет, г. Урумчи, Китай, email: 2826086296@qq.com.

БЛАГОДАРНОСТИ. Статья подготовлена при поддержке гранта Фонда иностранных языков Китая двенадцатой очереди финансирования № ZGWYJYJJ12A077; настоящее исследование представляет собой промежуточный результат реализации данного проекта.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Ван, Ц. Дискурсивная репрезентация образа Китая в СМИ разных стран в современных научных исследованиях / Ван Цзюань, Нурбия Юнус. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2026. — № 4 (118). — С. 247-255.

Wang Juan¹✉, Nuerbiya Yunusi²✉

^{1,2} Xinjiang Normal University, Urumqi, China

¹ 229221727@qq.com✉

² 2826086296@qq.com✉

Discursive Representation of China's Image in the Media of Different Countries in Contemporary Academic Research

ABSTRACT. The article analyzes scholarly publications from 2021 to 2025 devoted to the discursive representation of China's image in the media of different countries. The aim of the study is to identify thematic, linguistic, and methodological trends in the study of this object from a politico-linguistic perspective. The practical research material comprises 120 representative studies grouped according to dominant thematic and discursive fields. The research employs thematic analysis, discourse analysis, and the comparative-analytical method. The article shows that recent studies move away from describing China's media presence and focus on linguistic means of constructing political reason. The most significant areas include crisis-conflict, politico-diplomatic, economically developing, and digital-multimodal representations. It has been found that China's image is formed through nominative strategies, axiological marking, predicative role distribution, framing, narrative

© Ван Ц., Нурбия Юнус, 2026

patterns, and verbal-visual means. Special attention is paid to the differences between Chinese, Russian and other academic traditions in the choice of material, analytical categories and methods of linguistic description of China. The results obtained may be used in the studies of political linguistics, media discourse, international communication, national image construction, and comparative analysis of contemporary mass media. The article concludes that China's media image is becoming an independent field of politico-linguistic analysis.

KEYWORDS: political linguistics, political discourse, image of China, discursive representation, means of representation, journalism, media linguistics, mass media, media discourse, media texts, mass media language, language means, media images, nominative strategies, evaluative semantics, frame analysis, multimodal analysis.

AUTHOR'S INFORMATION: Wang Juan, Ph.D., Professor, Faculty of Russian as a Foreign Language, Institute of Foreign Languages, Xinjiang Normal University, Urumqi, China.

Nuerbiya Yunusi, Master's Degree Student, Institute of Foreign Languages, Xinjiang Normal University, Urumqi, China.

ACKNOWLEDGMENTS. The article has been prepared with financial support of the twelfth-round grant of China's Foreign Languages Fund No. ZGWYJYJJ12A077; the present study constitutes an interim result of the implementation of this project.

FOR CITATION: Wang J., Nuerbiya Yunusi. (2026). Discursive Representation of China's Image in the Media of Different Countries in Contemporary Academic Research. In *Political Linguistics*. No 4 (118), pp. 247-255. (In Russ.).

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы образ Китая в средствах массовой информации разных стран всё чаще рассматривается как значимый объект политической лингвистики, медиа-лингвистики и дискурсивного анализа. Данная проблематика уже не ограничивается вопросами частотности упоминаний Китая или общей тональности публикаций. Более существенным становится выявление того, какими языковыми, оценочными, фреймовыми и нарративными средствами в медиадискурсе конструируется представление о Китае как политическом акторе, экономической державе, участнике глобального управления, объекте международной конкуренции и субъекте цифровой коммуникации.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в 2021–2025 гг. медиарепрезентация Китая развивалась в условиях заметного изменения международной повестки. Инициатива «Пояс и путь», китайско-американская стратегическая конкуренция, пандемия COVID-19, дискуссии о глобальных цепочках поставок, технологическом соперничестве и многополярности усилили политическую значимость медиатекстов о Китае. В этих условиях образ Китая становится не только информационным, но и дискурсивно-идеологическим конструктом, в котором сочетаются номинация, оценочность, фреймирование, метафоризация, нарративизация и мультимодальная репрезентация.

В китайской исследовательской традиции внимание сосредоточено прежде всего на дискурсивном конструировании национального образа Китая, внешнеполитического имиджа и дипломатического дискурса. Исследователи обращаются к сопоставлению китайских и зарубежных моделей репрезентации Китая [刘苹 / Liu Ping, Dong Gege 2024], к роли политического перевода

в формировании образа ответственного государства [李登程 / Li Dengcheng, Song Jiannan 2024], к корпусно-ассистированному анализу оценочных и идеологических компонентов медиаобраза Китая [阿力亚 / Aini Aliya, Zhang Zhengkun 2024], а также к грамматическим механизмам репрезентации китайского экономического подъема в зарубежной прессе [唐丽萍 / Tang Liping, Zhu Tiantian, Yang Lifang 2024]. В целом для данного направления характерен переход от общего анализа национального имиджа к изучению конкретных языковых средств его формирования.

В русскоязычных исследованиях образ Китая рассматривается преимущественно через лексико-семантические, оценочные, корпусные и дискурсивно-прагматические аспекты медиарепрезентации. В центре внимания оказываются лексические средства, устойчивые выражения и метафорические модели в российских СМИ [Ли 2024], оценочная репрезентация политического образа Китая в интернет-медиа [Фомина 2024], дискурсивно-корпусная реконструкция медийного образа Китая в русскоязычном новостном контенте [Ильинова 2025], а также семантические сети, коллокации и прагматически организованные позитивные смыслы в медианарративе “Cool China” [Николаева 2025]. Это позволяет говорить о смещении русскоязычной традиции от описания тематики публикаций к анализу устойчивых языковых моделей репрезентации.

За пределами китайской и российской академических традиций образ Китая чаще анализируется в контексте публичной дипломатии, стратегической коммуникации, медиавоздействия и восприятия зарубежной аудиторией. Исследователи рассматривают «масочную дипломатию» как инструмент кризисного управления глобальным образом

государства [Müller 2024], эффективность жесткой дипломатической риторики и позитивных сообщений о сотрудничестве [Mattingly 2023], восприятие китайской стратегической коммуникации через факторы доверия и угрозы [Davies 2025], а также влияние китайских государственных медиа на международные аудитории и интерпретацию «китайской модели» [Mattingly и др. 2025]. В этих работах особенно заметен интерес к связи между языковыми средствами репрезентации, политическим влиянием и реакцией внешних аудиторий.

Вместе с тем анализ современной научной литературы показывает, что дискурсивная репрезентация образа Китая в СМИ разных стран пока не получила целостного описания как самостоятельная проблема политической лингвистики. Существующие работы, как правило, рассматривают отдельные аспекты данной темы: дипломатический дискурс, кризисную коммуникацию, экономический образ Китая, публичную дипломатию или корпусные характеристики медиатекстов. Однако недостаточно изученным остается вопрос о том, как в исследованиях 2021–2025 гг. систематизируются сами способы дискурсивного конструирования образа Китая. Именно эта лакуна определяет необходимость настоящего исследования, направленного на выявление тематических, методологических и политико-лингвистических тенденций в изучении образа Китая в СМИ разных стран.

Объектом настоящего исследования являются современные научные публикации 2021–2025 гг., посвященные изучению образа Китая в СМИ разных стран. Предметом исследования выступают тематические направления, методы и дискурсивные категории, используемые в исследованиях медиарепрезентации образа Китая. Цель исследования — выявить основные тенденции изучения дискурсивной репрезентации образа Китая в СМИ разных стран в научных публикациях 2021–2025 гг.

Научная новизна исследования заключается в том, что современные работы об образе Китая рассматриваются не как разрозненные исследования международной коммуникации, а как формирующееся направление политико-лингвистического анализа. Такой подход позволяет показать, что образ государства в медиадискурсе создается не только через выбор тем и информационных поводов, но и через систему

номинаций, оценочных средств, фреймов, идеологических смыслов, нарративных моделей и вербально-визуальных ресурсов.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Материалом исследования послужили научные публикации 2021–2025 гг., посвященные изучению образа Китая в СМИ разных стран. Всего было отобрано 120 репрезентативных публикаций. Первичная группировка осуществлялась по доминирующей исследовательской проблематике публикации и использовалась только для выделения тематико-дискурсивных полей, а не как самостоятельная библиометрическая процедура. В корпус анализа включены работы китайских, российских и зарубежных исследователей, представляющих иные академические традиции, в которых рассматриваются политический, экономический, кризисный и цифровой аспекты медиарепрезентации Китая.

Методологическую основу исследования составляют тематический анализ, дискурсивный анализ и сравнительно-аналитический метод. Тематический анализ используется для выявления основных направлений изучения образа Китая в современных научных публикациях. Дискурсивный анализ позволяет определить, как в научной литературе описываются языковые и смысловые механизмы формирования медийного образа Китая. Сравнительно-аналитический метод применяется для сопоставления подходов, представленных в китайской, русскоязычной и иных исследовательских традициях. Исследование ориентировано не на библиометрическую статистику публикаций, а на политико-лингвистическую интерпретацию способов дискурсивного конструирования образа Китая в СМИ разных стран.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Первичная тематико-дискурсивная группировка корпуса позволила выделить несколько направлений, в которых образ Китая рассматривается как политически значимый объект медиадискурса. Данное распределение используется не как библиометрический результат, а как основание для дальнейшей политико-лингвистической интерпретации языковых средств репрезентации Китая (см. табл. 1).

Таблица 1

Тематико-дискурсивные поля исследований образа Китая в публикациях 2021–2025 гг.

Тематико-дискурсивное поле	Количество публикаций	Доля	Основные языковые и дискурсивные маркеры
Кризисно-конфликтная репрезентация	32	26,7 %	китайский вирус, источник угрозы, ответственность Китая, сокрытие информации, конструирование «Другого», антикитайские настроения
Политико-дипломатическая и стратегическая репрезентация	26	21,7 %	ответственная держава, стратегический партнёр, глобальный актор, публичная дипломатия, мягкая сила, влияние
Экономико-развивающая репрезентация	22	18,3 %	Пояс и путь, взаимовыгодное сотрудничество, инфраструктурное развитие, долговая ловушка, инвестиции
Цифровая и мультимодальная репрезентация	20	16,7 %	YouTube, Twitter/X, Instagram, хештеги, комментарии, визуальные символы, платформенный нарратив
Общая медиарепрезентация и корпусно-дискурсивные исследования	20	16,7 %	медиаобраз Китая, корпусный анализ, текстовое моделирование, оценочная семантика, коллокации

Прим. Instagram принадлежит компании «Meta», которая признана в РФ экстремистской и запрещена.

Данные таблицы 1 показывают, что в исследованиях 2021–2025 гг. образ Китая чаще всего рассматривается не в нейтральном информационном, а в политически маркированном медиадискурсивном контексте. Наиболее заметными оказываются кризисно-конфликтная, политико-дипломатическая и экономико-развивающая линии анализа. Это позволяет говорить о том, что современное изучение образа Китая всё чаще связано не с простой фиксацией медиаприсутствия страны, а с выявлением способов языковой организации политического смысла.

При этом выделенные тематико-дискурсивные поля не следует рассматривать как изолированные направления. Их объединяет общий лингвистический принцип: образ Китая описывается через соотношение кооперативных и проблематизирующих моделей репрезентации. Следовательно, значение имеет не само распределение публикаций по тематическим группам, а то, как в разных исследовательских направлениях описывается языковое оформление образа Китая как политически значимого объекта медиадискурса.

Изучение образа Китая в современных научных публикациях показывает, что медиарепрезентация государства формируется не только через выбор информационного повода. Для политической лингвистики принципиально важна система языковых операций, посредством которой медиатекст приписывает Китаю определенную роль в политическом событии и в системе международных отношений. Поэтому анализ переносится с отдельных тем на способы смысловой организации медиатекста: номинативные стратегии, аксиологическую маркированность высказывания, предикативное распределение ролей, фреймовую организацию смысла и нарративное закрепление повторяющихся интерпретаций.

В такой перспективе образ Китая рассматривается как результат последовательной языковой работы. Медиатекст выбирает способ названия объекта, закрепляет за ним оценочную характеристику, распределяет субъектные и объектные роли через предикативные структуры, помещает событие в интерпретационный фрейм и связывает отдельные сообщения с более устойчивой нарративной схемой. В цифровом медиадискурсе этот процесс дополняется вербально-визуальной связностью, поскольку заголовки, изображения, комментарии и хештег совместно участвуют в создании политического смысла.

Одним из наиболее заметных средств такой организации является номинация. В медиадискурсе Китай редко представлен только как нейтральное географическое или государственное обозначение. В зависимости от политического контекста медиатекст использует разные номинативные стратегии: Китай может быть включен в кооперативный ряд через обозначения *стратегический партнёр*, *ответственная держава*, *участник глобального управления* либо в проблематизирующий ряд через номинации конкурент, вызов, источник риска. В первом случае номинация выполняет легитимирующую функцию, во втором — функцию политической проблематизации. Так, выражение *стратегический партнёр* предполагает устойчивость отношений и возможность долгосрочного взаимодействия, тогда как номинации *вызов* или *источник риска* помещают Китай в проблемное поле безопасности и соперничества.

Аксиологическая маркированность образа Китая проявляется не только в прямых оценочных прилагательных, но и в выборе существительных, глагольных предикатов и устойчивых сочетаний. Поэтому оценка распределяется по разным уровням текста и может быть выражена имплицитно, через

семантику пользы, риска, давления, ответственности или контроля. Например, выражения *взаимовыгодное сотрудничество, мирное развитие, глобальная помощь* формируют образ Китая как конструктивного участника международных процессов. Иная оценочная перспектива возникает в сочетаниях *экономическое давление, сокрытие информации, расширение влияния, угроза безопасности*. В этих случаях негативная оценка не всегда выражена прямо, однако она закрепляется через семантику риска, контроля и асимметрии.

Именно поэтому Ю. А. Фомина, анализируя политический образ Китая в российских интернет-СМИ, рассматривает оценочную репрезентацию как один из центральных факторов формирования медиаполитического образа страны [Фомина 2024]. Для настоящего исследования это наблюдение важно тем, что оценка понимается не как внешний комментарий к фактам, а как часть самой структуры сообщения. Медiateкст не просто сообщает о действиях Китая, а задает способ их прочтения: одно и то же усиление международной активности может быть описано как развитие сотрудничества, расширение влияния, давление или попытка изменить баланс сил.

Особое значение в этом процессе имеют глагольные предикаты, задающие субъектно-объектное распределение ролей в медiateксте. В конструкциях типа *Китай поддерживает, Китай предлагает, Китай оказывает помощь* страна выступает как субъект кооперативного действия. В высказываниях *Китай скрывает, Китай оказывает давление, Китай расширяет влияние* та же субъектная позиция получает иную семантическую валентность: действие связывается с контролем, ответственностью или воздействием на другого участника. Тем самым предикативная структура становится средством политической интерпретации.

На уровне интерпретационного фрейма отдельные номинации и оценки объединяются в более устойчивую схему смысловой организации. Фрейм определяет, какие признаки события становятся релевантными, какие участники получают активную или пассивную роль и какая причинно-оценочная связь выстраивается между действием Китая и его последствиями. Например, китайские инвестиции могут быть включены в рамку развития, если они описываются через лексику инфраструктуры, модернизации и взаимной выгоды. Но те же инвестиции могут быть интерпретированы как источник зависимости, если медiateкст использует выражения, связанные с долговой нагрузкой,

экономическим давлением или асимметрией влияния. В этом проявляется принципиальная особенность политического медиадискурса: фактическое содержание сообщения не существует отдельно от той смысловой рамки, в которую оно помещено.

Нарративная схема закрепляет повторяющиеся фреймы в более длительной модели интерпретации. Если фрейм организует смысл отдельного события, то нарратив связывает разные сообщения в устойчивую последовательность: усиление Китая, реакция внешних акторов, перераспределение влияния, возникновение риска или формирование партнерства. Благодаря этому образ Китая получает не только оценочное, но и идеологическое измерение. В современных исследованиях Китай может описываться как восходящая держава, партнер развивающихся стран, участник многополярного мира, вызов западному порядку или источник международной неопределенности. Такие модели не являются нейтральными: они содержат представление о том, какое место Китай должен занимать в мировой политике и как следует понимать его действия.

Е. Ю. Ильинова и Л. А. Кочетова, обращаясь к дискурсивно-корпусной реконструкции медийного образа Китая в русскоязычном новостном контенте, показывают, что политико-лингвистическая значимость медиарепрезентации определяется не единичными лексемами, а повторяющимися словосочетаниями, семантическими связями и устойчивыми контекстами [Ильинова 2025]. Это наблюдение позволяет уточнить принципиальный для настоящего исследования момент: значимым является не единичное употребление слова, а его включение в повторяемые смысловые связи. Если определенная номинация регулярно соединяется с лексикой угрозы, зависимости или давления, она постепенно начинает работать как часть устойчивой модели восприятия. Если же она сопровождается словами сотрудничества, развития и ответственности, формируется другая модель — кооперативная и легитимирующая.

В цифровой медиасреде эти процессы становятся еще сложнее, поскольку образ Китая создается не только вербальным текстом. Заголовок, фотография, видеоряд, хештег, комментарий и платформа распространения способны усиливать или менять смысл сообщения. Например, образ технологически развитого Китая может поддерживаться визуальными символами современной инфраструктуры, мегаполисов и промышленных объектов. Напротив, сочетание тревожного заголовка с изображениями за-

крытых границ, медицинских масок, военной техники или систем наблюдения формирует совершенно иной смысловой эффект. В таких случаях возникает вербально-визуальная связность: заголовок задает интерпретационную рамку, изображение усиливает оценочный акцент, а комментарии и хештеги закрепляют восприятие в платформенной коммуникации. Поэтому визуальный компонент не является внешней иллюстрацией к тексту, а входит в структуру дискурсивного конструирования образа Китая.

Таким образом, языковое конструирование образа Китая представляет собой не сумму отдельных приемов, а последовательную организацию политического смысла. Номинация, оценка, предикативные структуры, фреймы, нарративные схемы и вербально-визуальные средства совместно формируют в современных исследованиях представление о Китае как объекте медиаполитической интерпретации.

Сравнительно-аналитический метод позволяет выявить, что различия между исследовательскими традициями проявляются не только в выборе материала, но и в наборе языковых категорий, через которые описывается образ Китая. В китайской исследовательской традиции образ Китая чаще рассматривается через проблему международной коммуникации и внешнего распространения национального дискурса. Для таких работ характерен интерес к тому, как Китай стремится закрепить за собой образ ответственного, рационального и ориентированного на сотрудничество участника международных процессов. Поэтому особое значение получают языковые формулы, связанные с развитием, взаимной выгодой, мирным взаимодействием и глобальной ответственностью. Однако китайские исследования не ограничиваются описанием позитивной саморепрезентации. В них заметно стремление показать, как зарубежные СМИ переосмысливают китайские инициативы, переводя лексику сотрудничества в рамку конкуренции, риска или идеологического противостояния. В результате образ Китая рассматривается как пространство столкновения разных интерпретационных режимов.

Русскоязычная исследовательская традиция имеет иную направленность: Китай чаще анализируется как объект российского медиадискурса и как участник системы международных отношений, где значимыми оказываются партнерство, многополярность, экономическое взаимодействие и стратегическая координация. В таких работах важны устойчивые номинации, оценочные сочетания и метафорические модели, через кото-

рые Китай включается в российскую картину мира. А. А. Хабаров, А. П. Чудинов и Ян Кэ, сопоставляя образ Китая в российских и американских СМИ, показывают, что различия в медиарепрезентации проявляются не только в тематическом отборе, но и в способах оценки, выборе речевых акцентов и характере политической интерпретации [Хабаров, Чудинов, Ян К. 2022]. Вместе с тем русскоязычные исследования не создают исключительно позитивного образа Китая: партнерская рамка может сочетаться с осторожной оценкой его экономического усиления, технологического развития и культурной специфики.

Исследования за пределами китайской и российской традиций чаще обращаются к вопросам публичной дипломатии, медиавлияния, мягкой силы, восприятия в аспекте угроз и реакции зарубежной аудитории. В них образ Китая рассматривается через призму того, насколько китайские медиа, инфраструктурные инициативы или гуманитарные кампании способны изменить общественное мнение. F. Matanji, анализируя репрезентацию китайских инвестиций в Африке западными, китайскими и африканскими медиа, показывает, что один и тот же объект может получать различные дискурсивные интерпретации в зависимости от медиасреды и политической позиции источника [Matanji 2022]. Поэтому в этих исследованиях сильнее проявляются фреймы влияния, конкуренции, зависимости и стратегической коммуникации, а образ Китая нередко колеблется между моделью партнера развития и моделью фактора внешнего давления.

Сопоставление исследовательских направлений показывает, что различия между ними проявляются не в простой смене тем, а в разных способах языкового описания Китая. Китайская традиция чаще акцентирует саморепрезентацию и кооперативные смыслы, русскоязычная — оценочную и лексикосемантическую организацию образа Китая в российском медиапространстве, иные академические традиции — восприятие китайского влияния и эффективность публичной дипломатии. Поэтому образ Китая в современной научной литературе следует рассматривать как результат взаимодействия нескольких исследовательских перспектив, каждая из которых по-своему определяет значимые номинации, оценочные средства, фреймы и нарративные модели.

Методологическая динамика современных исследований образа Китая связана прежде всего с изменением самого понимания медиарепрезентации. Если в более ранних работах образ государства нередко рас-

смаатривался через набор тем, частотность упоминаний и общую тональность публикаций, то в исследованиях 2021–2025 гг. всё заметнее становится интерес к тому, как именно медиатекст организует политический смысл. Вопрос о том, «о чем пишут СМИ», постепенно уступает место вопросу о том, какими языковыми средствами Китай вводится в пространство оценки, соперничества, партнерства, ответственности или угрозы.

Такой переход не означает отказа от количественных процедур. Корпусные методы, текстовое моделирование и подсчет повторяющихся единиц сохраняют значение, однако частотность выступает не конечным результатом, а способом выявления устойчивых языковых связей. Для политической лингвистики важно не само количество употреблений, а то, в каких сочетаниях появляется лексема, какие предикаты ее сопровождают и какие оценочные рамки вокруг нее формируются.

В этом отношении показательна работа Линь Юйтин и Мяо Синвэй, посвященная дискурсивному конструированию национального образа Китая в американских ведущих СМИ на основе текстового майнинга и диахронического анализа [林子婷 / Lin Yuting, Miao Xingwei 2023]. Значимость такого подхода состоит в том, что количественная обработка текстов используется не как самостоятельная статистическая процедура, а как способ выявления повторяющихся языковых моделей, через которые в медиадискурсе закрепляются устойчивые представления о Китае. Иными словами, корпусные данные позволяют обнаружить повторяющиеся номинации, оценочные сочетания и смысловые акценты, а дискурс-анализ объясняет, как эти элементы участвуют в формировании образа Китая как политически значимого объекта.

Второе направление методологического сдвига связано с переходом от анализа изолированного текста к анализу медиадискурса как системы. В этом случае исследователь обращает внимание не только на лексику отдельной публикации, но и на жанр, источник, адресата, коммуникативную ситуацию и более широкий политический контекст. Например, выражение, связанное с развитием, сотрудничеством или угрозой, приобретает разный смысл в официальном заявлении, новостном заголовке, аналитической статье, комментарии пользователя или визуальном посте в социальной сети. Поэтому методологически важным становится соединение лексико-семантического анализа с изучением прагматики и условий медиакommunikации.

Отдельное значение имеет расширение материала за пределы традиционных СМИ. В современных исследованиях образ Китая всё чаще изучается не только по газетным и телевизионным текстам, но и по материалам социальных сетей, видеоплатформ, блогов, комментариев и визуальных публикаций. В цифровой среде политический смысл создается не только словом, но и композицией изображения, форматом платформы, хештегом, визуальным повтором, реакциями аудитории. В таких условиях лингвистический анализ должен учитывать не только вербальные, но и семиотические средства репрезентации.

В этом контексте показательна работа М. Араужо и А. Мендес, посвященная использованию Instagram¹ для продвижения образа Китая в Бразилии [Araújo 2025]. Подобные исследования демонстрируют, что цифровая репрезентация государства строится на взаимодействии словесного, визуального и платформенного компонентов. Образ Китая создается не только через прямые номинации или оценочные слова, но и через повторяющиеся визуальные мотивы, композицию публикации, логику брендинга и вовлечение аудитории. Для политической лингвистики это означает необходимость перехода от анализа текста как замкнутой единицы к анализу медиасообщения как мультимодального дискурсивного объекта.

Таким образом, методологическая динамика исследований 2021–2025 гг. проявляется в трех связанных изменениях. Анализ тематики всё чаще дополняется изучением языковой организации образа; количественные и корпусные процедуры используются не ради самостоятельной статистики, а для выявления устойчивых смысловых моделей; традиционный анализ вербального текста расширяется за счет мультимодальных и цифровых данных. Именно это позволяет рассматривать образ Китая не как сумму медиасообщений, а как результат сложной дискурсивной работы, в которой участвуют лексика, грамматика, оценка, фрейм, жанр, визуальный код и платформа распространения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ научных публикаций 2021–2025 гг., посвященных изучению образа Китая в СМИ разных стран, позволяет сделать вывод о том, что данное исследовательское поле постепенно выходит за пределы традиционного описания медийного

¹ Instagram принадлежит компании «Meta», которая признана в РФ экстремистской и запрещена.

имиджа государства. Современные работы всё чаще рассматривают образ Китая не как сумму публикаций о стране и не как простое отражение международной повестки, а как результат дискурсивного конструирования, в котором существенную роль играют языковой отбор, оценочная организация, фреймирование, нарративные схемы и мультимодальное оформление медиатекста.

На тематическом уровне наиболее заметными становятся кризисно-конфликтная, политико-дипломатическая, экономико-развивающая и дигитально-мультимодальная репрезентация Китая. Эти направления показывают, что образ Китая в публикациях 2021–2025 гг. формируется преимущественно в политически значимых коммуникативных контекстах, где одна и та же страна может быть описана как партнер развития, участник глобального управления, стратегический конкурент или объект подозрения.

На уровне языковых механизмов установлено, что ключевую роль играют номинативные стратегии, аксиологическая маркированность, предикативное распределение ролей, фреймовая организация смысла и нарративное закрепление повторяющихся интерпретаций. Номинации задают первичный политический статус Китая, оценочные средства формируют положительную или проблематизирующую перспективу, глагольные конструкции распределяют субъектные роли и ответственность, а фреймы определяют способ понимания событий. Нарративные схемы, в свою очередь, закрепляют более устойчивые модели восприятия Китая как восходящей державы, участника многополярного мира, партнера развивающихся стран, стратегического соперника или источника международной неопределенности.

Сравнение китайской, русскоязычной и иных академических традиций показывает, что различия между ними проявляются не только в выборе медиаматериала, но и в наборе значимых политико-лингвистических категорий. В китайских исследованиях заметнее внимание к саморепрезентации, внешней коммуникации и кооперативным смыслам. В русскоязычных работах значительное место занимают оценочная семантика, лексико-семантическая организация образа Китая и его включение в контекст партнерства, многополярности и международного взаимодействия. В исследованиях за пределами китайской и российской традиций чаще актуализируются проблемы влияния, публичной дипломатии, восприятия в аспекте угроз, медиавоздействия и реакции зарубежной аудитории. Это подтверждает, что образ Китая в научной литерату-

ре не является единым и устойчивым объектом, а формируется на пересечении разных исследовательских перспектив и разных способов языкового описания.

Методологически публикации 2021–2025 гг. демонстрируют переход от тематического описания и оценки тональности к анализу языковой организации медиадискурса. Корпусные процедуры используются как средство выявления устойчивых смысловых моделей, а расширение материала за счет цифровых платформ усиливает значение мультимодального анализа.

В целом современные исследования дискурсивной репрезентации образа Китая в СМИ разных стран можно рассматривать как формирующееся направление политико-лингвистического анализа. Его специфика состоит в том, что объектом внимания становятся не только сообщения о Китае, но и способы производства политического смысла в медиадискурсе. Перспективным направлением остается сопоставительное изучение конкретных медиакорпусов разных стран с учетом номинаций, оценочных средств, предикативных структур, фреймов, нарративных моделей и вербально-визуальных компонентов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ильинова, Е. Ю. Дискурсивно-корпусная реконструкция медийного образа Китая в русскоязычном новостном контенте / Е. Ю. Ильинова, Л. А. Кочетова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. — 2025. — Т. 24. — No 5. — С. 21–37. — EDN BTRQXY.
2. Ли, Цичжэн. Образ Китая в современных российских СМИ: по материалам Национального корпуса русского языка / Ли Цичжэн // Litera. — 2024. — No 5. — С. 51–60. — EDN TPFANE.
3. Николаева, О. В. Дискурсивно-прагматические аспекты медианарратива “Cool China” / «Крутой Китай» в англоязычных китайских СМИ / О. В. Николаева, И. Н. Кохан // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2025. — Т. 18. — No 10. — С. 4543–4550. — EDN TKBBLL.
4. Фомина, Ю. А. Оценочная репрезентация политического образа Китая в современных российских СМИ / Ю. А. Фомина // Филология: научные исследования. — 2024. — No 1. — С. 118–126. — EDN EIBPUK.
5. Хабаров, А. А. Образ Китая в российских и американских СМИ / А. А. Хабаров, А. П. Чудинов, Ян Кэ // Политическая лингвистика. — 2022. — No 2 (92). — С. 159–171. — EDN WQGBRX.
6. 阿力亚·艾尼, 张正坤. 美国主流媒体冬奥会涉华报道中的中国形象探析——语料库辅助的三维话语分析 / 上海理工大学学报 (社会科学版). — 2024. — Т. 46. — No 3. — С. 218–225, 232. = Алия Айни. Анализ образа Китая в материалах американских ведущих СМИ о зимних Олимпийских играх: корпусно-ориентированный трехмерный дискурс-анализ / Алия Айни, Чжан Чжэнкунь // Вестник Шанхайского университета науки и технологий. Серия: Социальные науки. — 2024. — Т. 46. — No 3. — С. 218–225, 232. — DOI 10.13256/j.cnki.jusst.sse.220923464.
7. 李登程, 宋健楠. 二十大报告英译本中国国家形象的情态建构 / 上海理工大学学报 (社会科学版). — 2024. — Т. 46. — No 3. — С. 199–205. = Ли Дэнчэн. Модальное конструирование национального образа Китая в английском переводе доклада XX съезда КПК / Ли Дэнчэн, Сун Цзяньнань // Вестник Шанхайского университета науки и технологий. Серия:

Социальные науки. — 2024. — Т. 46. — No 3. — С. 199–205. — DOI 10.13256/j.cnki.jusst.sse.221125582.

8. 林子婷, 苗兴伟. 美国主流媒体对中国国家形象的话语建构——基于文本挖掘的历时研究 / 解放军外国语学院学报. — 2023. — Т. 46. — No 3. — С. 87–95. = Линь Юйтин. Дискурсивное конструирование национального образа Китая в американских мейнстримных СМИ: диахроническое исследование на основе текстового майнинга / Линь Юйтин, Мяо Син-вэй // Вестник Университета иностранных языков НОАК. — 2023. — Т. 46. — No 3. — С. 87–95.

9. 刘苹, 董格格. 中美外交部门新闻发布会的中国形象建构比较研究——基于语料库的批评话语分析 / 新闻与传播评论. — 2024. — Т. 77. — No 2. — С. 106–118. = Лю Пин. Сравнительное исследование конструирования образа Китая в пресс-брифингах дипломатических ведомств Китая и США: корпусно-ориентированный критический дискурс-анализ / Лю Пин, Дун Гэгэ // Обзор журналистики и коммуникаций. — 2024. — Т. 77. — No 2. — С. 106–118. — DOI 10.14086/j.cnki.xwycbpl.2024.02.009.

10. 唐丽萍, 朱田田, 杨丽芳. 美国大报中的中国经济崛起形象研究——基于语料库的及物性视角“中国对X做什么” / 外语教学理论与实践. — 2024. — No 6. — С. 20–33. = Тан Липин. Образ экономического подъема Китая в крупных американских газетах: корпусное исследование транзитивности в модели «что Китай делает с X» / Тан Липин, Чжу Тянь-тянь, Ян Лифан // Теория и практика преподавания иностранных языков. — 2024. — No 6. — С. 20–33.

11. Araujo, M. Branding China: Instagram as a tool for China's promotion in Brazil / M. Araujo, A. Mendes // Signos do Consumo. — 2025. — Vol. 17. — No 1. — e234865. — DOI 10.11606/issn.1984-5057.v17i1e234865.

12. Davies, G. A. M. Public Opinion and China's Strategic Communication: Responses to Coercion and Persuasion / G. A. M. Davies, K. Edney, K. Williams // Foreign Policy Analysis. — 2025. — Vol. 21. — No 3. — Article oraf016. — DOI 10.1093/fpa/oraf016.

13. Matanji, F. China in Africa: Representation of Chinese Investments in Africa by Western, Chinese, and African Media / F. Matanji // International Journal of Communication. — 2022. — Vol. 16. — P. 1713–1736.

14. Mattingly, D. C. When does public diplomacy work? Evidence from China's "wolf warrior" diplomats / D. C. Mattingly, J. Sundquist // Political Science Research and Methods. — 2023. — Vol. 11. — No 4. — P. 921–929. — DOI 10.1017/psrm.2022.41.

15. Mattingly, D. Chinese state media persuades a global audience that the "China model" is superior: Evidence from a 19-country experiment / D. Mattingly, T. Incerti, Ch. Ju, C. Moreshead, S. Tanaka, H. Yamagishi // American Journal of Political Science. — 2025. — Vol. 69. — No 3. — P. 1029–1046. — DOI 10.1111/ajps.12887.

16. Müller, S. Discourse wars and "mask diplomacy": China's global image management in times of crisis / S. Müller, S. Brazys, A. Dukalskis // Political Research Exchange. — 2024. — Vol. 6. — No 1. — DOI 10.1080/2474736X.2024.2337632.

REFERENCES

1. Ilyinova, E. Yu., Kochetova, L. A. (2025). Discourse-corpus reconstruction of China's media image in Russian-language news content. *Bulletin of Volgograd State University. Series 2, Linguistics*, 24(5), 21–37. EDN BTRQXY (In Russ.)

2. Li, Qizheng. (2024). The image of China in contemporary Russian media: Based on the materials of the Russian National Corpus. *Litera*, 5, 51–60. EDN TPFANE (In Russ.)

3. Nikolaeva, O. V., Kokhan, I. N. (2025). Discursive-pragmatic aspects of the media narrative "Cool China" in English-language Chinese media. *Philology. Theory & Practice*, 18(10), 4543–4550. EDN TKBLL (In Russ.)

4. Fomina, Yu. A. (2024). Evaluative representation of the political image of China in contemporary Russian media. *Philology: Scientific Researches*, 1, 118–126. EDN EIBPUK (In Russ.)

5. Khabarov, A. A., Chudinov, A. P., Yang, Ke (2022). The image of China in Russian and American media. *Political Linguistics*, 2(92), 159–171. EDN WQGBRX (In Russ.)

6. Aini, Aliya, Zhang, Zhengkun (2024). Meiguo zhuliu meiti Dong'aohui she Hua baodao zhong de Zhongguo xingxiang tanxi — yulaoku fuzhu de sanwei huayu fenxi = An analysis of China's image in US mainstream media reports on the Winter Olympics: A corpus-assisted three-dimensional discourse analysis. *Journal of University of Shanghai for Science and Technology. Social Sciences Edition*, 46(3), 218–225, 232. <https://doi.org/10.13256/j.cnki.jusst.sse.220923464> (In Chin.)

7. Li, Dengcheng, Song, Jiannan (2024). Ershi da baogao Yingyiben Zhong guojia xingxiang de qingtai jiangou = Modal construction of China's national image in the English translation of the report to the 20th National Congress of the CPC. *Journal of University of Shanghai for Science and Technology. Social Sciences Edition*, 46(3), 199–205. <https://doi.org/10.13256/j.cnki.jusst.sse.221125582> (In Chin.)

8. Lin, Yuting, Miao, Xingwei (2023). Meiguo zhuliu meiti dui Zhongguo guojia xingxiang de huayu jiangou — jiyu wenben waijue de lishi yanjiu = Discursive construction of China's national image in US mainstream media: A diachronic study based on text mining. *Journal of PLA University of Foreign Languages*, 46(3), 87–95. (In Chin.)

9. Liu, Ping, Dong, Gege (2024). Zhongmei waijiao bumen xinwen fabuhui de Zhongguo xingxiang jiangou bijiao yanjiu — jiyu yulaoku de piping huayu fenxi = A comparative study of China's image construction in Chinese and US MFA press briefings: A corpus-based critical discourse analysis. *Journalism & Communication Review*, 77(2), 106–118. <https://doi.org/10.14086/j.cnki.xwycbpl.2024.02.009> (In Chin.)

10. Tang, Liping, Zhu, Tiantian, Yang, Lifang (2024). Meiguo dabao zhong de Zhongguo jingji jueqi xingxiang yanjiu — jiyu yulaoku de jiwu xing shijiao "Zhongguo dui X zuo shenme" = The image of China's economic rise in major US newspapers: A corpus-based transitivity study of "what China does to X". *Foreign Language Teaching Theory and Practice*, 6, 20–33. (In Chin.)

11. Araujo, M., Mendes, A. (2025). Branding China: Instagram as a tool for China's promotion in Brazil. *Signos do Consumo*, 17(1), e234865. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-5057.v17i1e234865>.

12. Davies, G. A. M., Edney, K., Williams, K. (2025). Public opinion and China's strategic communication: Responses to coercion and persuasion. *Foreign Policy Analysis*, 21(3), oraf016. <https://doi.org/10.1093/fpa/oraf016>.

13. Matanji, F. (2022). China in Africa: Representation of Chinese investments in Africa by Western, Chinese, and African media. *International Journal of Communication*, 16, 1713–1736.

14. Mattingly, D. C., Sundquist, J. (2023). When does public diplomacy work? Evidence from China's "wolf warrior" diplomats. *Political Science Research and Methods*, 11(4), 921–929. <https://doi.org/10.1017/psrm.2022.41>.

15. Mattingly, D., Incerti, T., Ju, Ch., Moreshead, C., Tanaka, S., Yamagishi, H. (2025). Chinese state media persuades a global audience that the "China model" is superior: Evidence from a 19-country experiment. *American Journal of Political Science*, 69(3), 1029–1046. <https://doi.org/10.1111/ajps.12887>.

Müller, S., Brazys, S., Dukalskis, A. (2024). Discourse wars and "mask diplomacy": China's global image management in times of crisis. *Political Research Exchange*, 6(1). <https://doi.org/10.1080/2474736X.2024.2337632>.