



MASS MEDIA DISCOURSE AS AN INNOVATIONAL INSTRUMENT OF THE IMAGE-BUILDING OF A COUNTRY (BY THE EXAMPLE OF THE USA AND CHINA)

МАССМЕДИЙНЫЙ ДИСКУРС КАК ИННОВАЦИОННОЕ СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА (НА ПРИМЕРЕ США И КИТАЯ)

Smirnova D.A. / Смирнова Д.А.

graduate student / магистрант

Kozhura N.A. / Кожура Н.А.

postgraduate student / аспирант

Kuzmin D.N. / Кузьмин Д.Н.

s.p.s., docent / к.п.н., доцент

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Svobodniy Avenue 79, 660041

Сибирский федеральный университет, Красноярск, пр-т Свободный 79, 660041

Аннотация. В статье анализируется специфика репрезентации образа Китая в американском массмедийном дискурсе. Выявляются и систематизируются такие характеристики, конструируемые данным типом дискурса в качестве основных, как Китай – великая экономическая держава, Китай – угроза для США, а также Китай – стратегический партнёр США.

Ключевые слова: массмедийный дискурс, образ, концептуальная характеристика.

В настоящее время, в эпоху мировой глобализации изучение массмедийного дискурса вызывает большой интерес. Это связано со стремительным развитием информационных и телекоммуникационных технологий. Дискурс массмедиа представляет собой социальное явление, которое направлено на конструирование общественного сознания и на воздействие на мировоззрение субъектов социума. Способность влиять на общественные взгляды и представления обусловлена тем, что у массмедийного дискурса есть особенная аудитория, которая носит массовый характер и, соответственно, предполагает упрощенность и доступность информации.

Актуальность проведенного исследования обусловлена тем, что такое государство, как Китай всегда вызывало большой научный интерес в силу своей уникальности, долгой истории, необычной культуры и разнообразных традиций. Современный этап представляется наиболее актуальным для исследования, так как быстро меняющаяся политическая и экономическая ситуация отражается на специфике создания образа данного государства. Более того, не менее актуальным является тот факт, что процесс формирования образа Китая в различных лингвокультурах происходит по-разному. Это во многом зависит от того влияния, которое массмедийный дискурс оказывает на взгляды и убеждения представителей общества.

Существует большое количество определений массмедийного дискурса, которые даны такими авторами, как Полонский А.В., Головин Ю.А., Кашкин В.Б., Клушина Н.И., Алефиренко Н.Ф. и др. [1, 2, 3, 4, 7]. Исходя из общих характеристик, мы разработали свое определение дискурса массмедиа – социально-когнитивное и социально-регулятивное явление, направленное как на социальное самопознание, так и на его конструирование, а также на



воздействие на общественное сознание для формирования определенного мировоззрения и общественного мнения (оценочного суждения относительно социальной действительности) посредством производства и регулярного распространения в широкой аудитории социально значимых смыслов и оценок.

Что касается дефиниции образа, вслед за Панасюком А.Ю., Чугровым С.В., Леонтьевым А.Н. и др. [5, 6, 8]. мы определили образ как набор любых представлений о качествах того или иного предмета или фрагмента реальной действительности, формирующихся в индивидуальном и массовом сознании.

В рамках проведённого анализа были выявлены следующие основные характеристики формируемого образа Китая:

- Китай – великая экономическая держава;
- Китай – угроза США;
- Китай – стратегический партнёр США.

В формировании образа Китая ведущей является характеристика данного государства как великой экономической державы. Одним из самых распространённых описаний этой страны является выражение *the leading economic power*, семантика которого указывает на то, что Китай набирает позиции на мировом рынке и считается одним из лидирующих государств в сфере экономики. Данная концептуальная характеристика получает репрезентацию в языке СМИ с помощью целого ряда часто встречающихся словосочетаний: *global economic leader, alarming rate, key technologies, dominance in many technology sectors, a major player, become expert, advanced technologies, economic growth, world leader, powerful country, world's top economy, produce high-end weapons, rapidly rising, revolutionary capabilities, booming business, developing technologies, etc.*

Данные лексические единицы акцентируют ведущую роль Китая в мировой экономике с помощью оценочных прилагательных с семантикой:

1. Глобальности (*global, world, etc.*).
2. Превосходства (*top, leading, high-end, powerful, etc.*).
3. Развития (*booming, developing, alarming, rising, etc.*).
4. Преобразования (*revolutionary, critical, constructive, etc.*).

Существительные, выступающие средствами репрезентации данной концептуальной характеристики формируемого образа Китая, объединяет семантика:

1. Лидерства и престижности (*leader, leadership, impact, influence, etc.*).
2. Мощи и превосходства (*force, power, supremacy, dominance, expert, advantage, etc.*).
3. Развития и масштабности (*growth, development, escalation, giant, etc.*).
4. Манипулирования и контроля (*manipulator, control, challenge, etc.*).

В качестве ведущей характеристики Китая как великой экономической державы выявляется его статус как страны с наивысшим ростом экономики в мире. Для этого часто используются слова *influence* и *growth*. Данная характеристика обусловлена тем, что в основном Китай посредством своего влияния обеспечивает экономический рост в мире, предоставляя другим странам более дешёвую, но не менее качественную продукцию. Именно Китай



в большинстве своём заполняет рынок разнообразными товарами, которые необходимы потребителю:

China's growing global economic influence and the economic and trade policies in the world (China's Economic Rise. 2017).

China's imports are growing rapidly from all trading partners and it is providing global economic growth (China's Growth and Integration into the World Economy. 2018).

В отличие от собственных средств массовой информации, в которых Китай изображен всегда с позитивной стороны, средства массовой информации США представляют Китай преимущественно негативно. Это объясняется, прежде всего, тем, что между США и Китаем ведутся соревнования в экономическом лидерстве, и Америка начинает сдавать позиции. Это находит свое подтверждение в выборе лексических единиц с семантикой тревоги, недовольства и беспокойства, доказывающих то, что США относятся к Китаю отрицательно: *unpleasantly surprised, worry, averse, diplomatic chill, annoy, bother, conflict, anguish, awaken, etc.*

Негативный характер описания экономического роста Китая в американских СМИ обусловлен, в первую очередь, недовольством США тем, с какой скоростью развивается Китай, как страна формирует мануфактурную промышленность, увеличивает капиталовложения и создает новые технологии. Это находит свое выражение в целом ряде контекстов, указывающих на вызов, который экономика Китая бросает всему миру, а значит, по мнению американского правительства, Соединенным Штатам Америки:

China has set a goal to be the world leader (China Expands Media Influence Abroad. 2019).

China also is poised to become a major player (Business and Economy in China. 2018).

China's satellite manufacturing industry is growing at an alarming rate (China overtakes US for life span: WHO data. 2018).

Более того, образ Китая в американском массмедийном дискурсе формируется не только на лексическом уровне, но и на грамматическом. Во всех контекстах, указывающих на экономическую мощь Китая, используемые глаголы употреблены в настоящем времени (*Present Simple, Present Continuous* и *Present Perfect*). Данные формы глаголов позволяют показать, что все действия, совершенные Китаем в прошлом, имеют связь с настоящим, при этом они не прекращаются, а продолжают. Это позволяет сформулировать вывод, что Китай уже на протяжении нескольких лет развивает своё экономическое влияние в мире и стремится стать ведущей страной. В американском массмедийном дискурсе финансовые успехи Китая и установление господства Поднебесной в мировой экономике рассматриваются как неизбежный результат (*foregone conclusion*):

... China's dominance in many technology sectors is a «foregone conclusion» (China's Economic Growth Looks Strong. 2017).

Второй по значимости характеристикой формируемого образа Китая в американском массмедийном дискурсе является «Китай как угроза



Соединённым Штатам Америки». Данная характеристика обусловлена, прежде всего, тем, что Китай стремится господствовать не только в мировой экономике, но и в других сферах деятельности. Она чаще всего репрезентируется с помощью существительных *threat* – угроза и *challenge* – вызов. Семантика данных существительных позволяет описать Поднебесную как опасного и серьёзного противника. Данные лексические единицы встречаются в статьях как на экономическую, так и на политическую тематику:

But the question that is still being debated is whether the United States is taking this threat seriously (How Americans and Chinese View Trade. 2019).

Never mind Russia – the real threat to the US is China (Reports of the country's meddling in the presidential election are vastly overhyped. 2018).

That is a challenge and threat to a U.S. that is so used to living in and policing its unipolar world (Is China Really a 'Threat' to the U.S.? 2018).

В данных контекстах семантика существительных *threat* и *challenge* указывает на тот факт, что Китай рассматривается в американском массмедийном дискурсе не только как угроза в негативном аспекте, но и как вызов, стимулирующий США к совершению преобразований и улучшений в своей стране.

Рассматриваемая концептуальная характеристика также получает репрезентацию в американских СМИ с помощью целого ряда часто встречающихся словосочетаний: *competitive capabilities, constant increase, at first position, a real power game or tussle, a huge threat, powerful in economy and foreign relations, mega economy, dangerous power, Chinese forces, regional bully, a growing threat, revisionist power, central challenge, etc.*

Указанные лексические единицы акцентируют существенную роль Китая как соперника США на мировой арене с помощью оценочных прилагательных и существительных с семантикой:

1. Могущества и превосходства (*powerful, first, power, greatness, etc.*).
2. Стабильного роста и значимости (*constant, growing, huge, mega, central, regional, etc.*).
3. Противостояния и азартности (*dangerous, revisionist, game, competition, tussle, struggle, rival, war, ambitious, strategic, intensive, stealth, etc.*).
4. Разногласия и напряжения (*conflict, dispute, pressure, tension, etc.*).
5. Угрозы (*threat, bully, challenge, harm, etc.*).

В своей совокупности данные лексические единицы фиксируют представления США об опасности Китая, его сопернических способностях и целеустремлённости. В массмедийном дискурсе США Поднебесная изображается как страна, которая бесстрашно идёт к исполнению своих намерений и не боится вступления в конфликт. Кроме того, в американских СМИ Китай представлен как государство с глобальными целями, стремящееся вытеснить и затмить США посредством расширения отношений с другими странами и распространения своего влияния на них. Это находит своё подтверждение в целом ряде контекстов, указывающих на угрозу, которую представляет Китай Соединённым Штатам Америки:



In future if China grows more powerful in economy and foreign relations then she can overshadow US's influence in the world (Is China a threat to the United States? 2018).

China has over the years expanded foreign relations and political and military presence in her region (China Seen as Biggest Threat to U.S. AI. 2019).

Решительность Китая в осуществлении действий для становления мировым лидером и опасность для положения США выражена с помощью глаголов с семантикой:

1. Развития (*extend, expand, realign, etc.*).
2. Целеустремлённости (*do seek, want to succeed, dream of succeeding, etc.*).
3. Провокации (*provoke, ignore the rulings, break the rules, etc.*).
4. Соперничества (*overtake, use power for influence, overshadow, be in the fight for control, etc.*).

Кроме того, целеустремленность Китая находит своё отражение в американских СМИ с помощью наречий с семантикой:

1. Систематичности (*methodically, routinely, often, repeatedly, etc.*).
2. Уверенности (*certainly, definitely, distinctively, etc.*).
3. Фактичности (*really, officially, obviously, etc.*).

Китай представлен американскими СМИ как мощный противник, чьё превосходство США осознают и поэтому беспокоятся за благосостояние, безопасность и могущество своей страны. Помимо обеспокоенности американские СМИ выражают недовольство тем, что Китай «ворует», т.е. создает аналогичные предприятия, которые более успешны в реализации своего производства и выгодны потребителю. Анализ целого ряда контекстов позволил выявить, что при характеристике Китая часто используется существительное *theft* – воровство:

Fear of Chinese theft of space technology has shaped some of the most stringent U.S. export control policies (China's Economic Rise. 2017).

The cost of China's intellectual property theft alone been well documented by entities ranging from the U.S. International Trade Commission to the bipartisan Commission on the Theft of American Intellectual Property (Trump's actions send a clear message: China's era of intellectual property theft is over. 2018).

Третьей по важности характеристикой формируемого образа Китая в американском массмедийном дискурсе является характеристика Китая как стратегического партнера США. Это обусловлено тем, что, несмотря на стремление Китая к мировому господству во всех сферах деятельности, а также на соперничество между Поднебесной и США в экономическом лидерстве, эти государства взаимодействуют и сотрудничают, оказывая положительное влияние друг на друга.

Данная концептуальная характеристика чаще всего репрезентируется с помощью целого ряда часто встречающихся существительных и словосочетаний: *relationship, mutual benefits, strategic mutual trust, diplomatic relations, support, exchange, pragmatic on the issue, friend and ally, communication, foreign investments, constructive strategic partnership, diplomatic visit, meeting, friendly spirit, friendship, cooperation, common ground, common responsibilities,*



common interests, maintaining peace and security, equal countries, mutual progress, respect, remarkable achievements, development goals, great power relations, reciprocity, etc.

Указанные лексические единицы характеризуют отношения между Китаем и США как партнерские и взаимовыгодные с помощью существительных с семантикой:

1. Партнерства и взаимодействия (*relationship, partnership, reciprocity, cooperation, etc.*).
2. Общения и дружбы (*communication, friendship, friend and ally, etc.*).
3. Целеустремленности и развития (*goal, achievement, progress, development, etc.*).
4. Выгоды и поддержки (*support, respect, trust, benefit, investment, etc.*).

Оценочные прилагательные, акцентирующие данную концептуальную характеристику формируемого образа Китая, объединяет семантика:

1. Взаимности (*mutual, common, etc.*).
2. Дружбы и равенства (*friendly, amicable, equal, peer, etc.*).
3. Способности к стратегическому планированию и выстраиванию дипломатических отношений (*pragmatic, strategic, diplomatic, etc.*).

В своей совокупности данные лексические единицы представляют Китай как выгодного и сильного союзника для Соединенных Штатов Америки. Это обусловлено тем, что США осознают, на каком уровне развития находится Китай, и поэтому стараются избежать серьезных конфликтов и больших финансовых потерь, поддерживая тесную связь с Поднебесной.

В американском массмедийном дискурсе Китай также изображается как товарищ и помощник, несмотря на то, что представляет угрозу экономике США. Исходя из проанализированного материала, можно установить, что Китай как стремительно набирающая свою мощь страна оказывает экономическую помощь США, вкладывая инвестиции в продвижение и усовершенствование различных предприятий. Данная поддержка сплачивает государства, что в дальнейшем может привести к дружбе между ними:

Chinese investment helps support a small number of American jobs (How Much U.S. Debt Does China Own? 2019).

Chinese investment in the US can be a positive for both countries (Ambassador Lighthizer Meets with Chinese Counterparts to Continue U.S.-China Trade Talks. 2019).

Обе державы стараются установить конструктивное стратегическое сотрудничество, чтобы в будущем совместно добиваться поставленных целей. Кроме того, дипломатические отношения между государствами основываются на принципах равенства, взаимопомощи и партнерства. Стремление обоих государств к стратегическому сотрудничеству выражено с помощью глаголов и глагольных словосочетаний с семантикой:

1. Совместной работы (*work together, focus on cooperation, etc.*).
2. Желания и стремления (*willing, seek, reach, etc.*).
3. Активного взаимодействия (*open the door, construct, build a partnership, etc.*).



Кроме того, направленность Китая и США на партнерство находит свое отражение в американских СМИ с помощью существительных и словосочетаний с семантикой:

1. Близкой связи и устойчивости (*closer ties, maintaining peace and security, etc.*).
2. Возникновения и укрепления связей (*a good start, new model of relations, starting point, a new era, strengthening of ties, desire to increase, etc.*).
3. Взаимопонимания и уважения (*greater communication, understanding, respect each other, etc.*).
4. Сходства (*common responsibilities and interests, common ground and cooperation, etc.*).

Данные характеристики формируемого образа Китая в американском массмедийном дискурсе представляют Китай как государство, развивающееся с настораживающе быстрой скоростью. Лексические единицы и контексты с семантикой лидерства, развития, превосходства, престижности, противостояния, напряжения и др. указывают на то, что стремительный рост Китая представляет угрозу для экономики США, поэтому страны соперничают друг с другом, чтобы занять позицию мирового лидера. Однако, несмотря на то, что Китай несет в себе опасность, он рассматривается Соединенными Штатами Америки как товарищ, который оказывает финансовую помощь некоторым предприятиям США. Данный факт подтверждается лексическими единицами с семантикой партнерства, взаимодействия, дружбы, поддержки и др.

Практическая значимость работы заключается в возможности применения ее результатов в рамках таких учебных дисциплин, как «Практический курс китайского языка», «Страноведение Китая», «Основы межкультурной коммуникации». Результаты исследования могут также быть использованы для написания курсовых работ и рефератов по данной проблеме. Полученные выводы могут быть полезны для специалистов других сфер (например, политология).

Литература:

1. Алефиренко, Н. Ф. Когнитивно-дискурсивная парадигма языкового знака / Н. Ф. Алефиренко // Язык. Текст. Дискурс: научный альманах. – Ставрополь : Ставропольский гос. пед. ин-т, 2009. – Вып. 7. – С. 7–17.
2. Головин, Ю. А. Медиабудущее: композиции и компетенции / Ю. А. Головин, О. Е. Коханая // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. – Ростов-на-Дону : Ростов. гос. ун-т путей сообщения, 2015. – Ч. 1. – С. 34–44.
3. Кашкин, В. Б. Основы теории коммуникации: краткий курс / В. Б. Кашкин. – Москва : АСТ, Восток-Запад, 2007. – 256 с.
4. Клушина, Н. И. Стилистика публицистического текста / Н. И. Клушина. – Москва : МГУ, 2008. – 242 с.
5. Леонтьев, А. Н. Психология образа / А. Н. Леонтьев // Психология. – Москва : Вестник Моск. ун-та, 1979. – С. 3–13.
6. Панасюк, А. Ю. Формирование имиджа: цели, стратегии, тактики /



А. Ю. Панасюк // Имиджелогия-2004: состояние, направления, проблемы / под ред. Е. А. Петровой. – Москва : 2004. – С. 37–46.

7. Полонский, А. В. Медиа-дискурс-концепт: опыт проблемного осмысления [Электронный ресурс] / А. В. Полонский // Современный дискурс-анализ. – 2014. – С.7. – Режим доступа: <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml>.

8. Чугров, С. В. Этнические стереотипы и их влияние на формирование общественного мнения / С. В. Чугров // Мировая экономика и международные отношения. – 1993. – №1. – С. 32–52.

References:

1. Alefirenko, N. *Cognitive-discursive paradigm of a linguistic sign*. Stavropol: Stavropol State Pedagogical University, 2009, pp. 7-17.
2. Golovin Yu. *Media future: compositions and competencies*. Rostov-on-Don: Rostov State University of Railway Transport, 2015, pp. 4-44.
3. Kashkin V. *Fundamentals of Communication Theory: A Short Course*. Moscow: AST, East-West, 2007, pp. 256.
4. Klushina N. *Stylistics of a journalistic text*. Moscow: Moscow State University, 2008, pp. 242.
5. Leontiev A. *Image psychology*. Moscow: Vestnik of Moscow University, Psychology, 1979, pp. 3-13.
6. Panasyuk A. *Image formation: goals, strategies, tactics*. Moscow: 2004, pp. 37-46.
7. Polonskiy A. *Media discourse concept: the experience of problem comprehension*. 2004. URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml>.
8. Chugrov S. *Ethnic stereotypes and their influence on the formation of public opinion*. 1993, pp. 32-52.

Abstract. *The article analyzes the specificity of the representation of the Chinese image in the American mass media discourse. It reveals and systematizes such characteristics, constructed by this kind of discourse in the main ones, such as China is a great economic power, China is a threat to the United State, and China is a strategic partner of the United States.*

Key words: *mass media discourse, image, conceptual characteristics.*

Научный руководитель: к.пед.наук, доцент, Кузьмин Дмитрий Николаевич.

Статья отправлена: 16.11.2020