

## СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МЕТАФОРИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ МЕДИАПОРТРЕТА КИТАЯ В РОССИЙСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

А.П. Чудинов<sup>1</sup>, [ap\\_chudinov@mail.ru](mailto:ap_chudinov@mail.ru)  
Ш. Чэнь<sup>1,2</sup>, [woaihuoxingbuluo@163.com](mailto:woaihuoxingbuluo@163.com)

<sup>1</sup> Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия

<sup>2</sup> Цзилиньский университет иностранных языков, Чанчунь, Китай

**Аннотация.** Статья посвящена комплексному анализу семантико-прагматических особенностей медиапортрета Китая в российском медиадискурсе. Посредством описания метафорических образов, построенных на зоонимичных единицах, интерпретируются ключевые характеристики, лежащие в основе медиапортрета Китая. Доказывается, что медиапортрет Китая в актуальном медиапространстве построен с опорой на вербальные данные и креолизованные тексты, при этом ключевой единицей-зоонимом, лежащей в основе моделирования этого портрета, является дракон, характеризующий Китай и его политического лидера как сильных, мудрых и самостоятельных субъектов, способных принимать решения исходя из потребностей государства, носителей широкого спектра культурных ценностей. Тесная связь дракона-Китая и медведя-России на политическом и культурном уровнях, их общие интересы и общий геополитический враг обуславливают разнообразие и частотность как собственно контекстов, так и креолизованных текстов, построенных зачастую с опорой на конструктивные признаки во взаимодействии данных государств. Значимую роль при моделировании медиапортретов Китая играет зооним «панда», также весьма конструктивно характеризующий отношения Китая и России, показывающий близость двух государств прежде всего в геополитическом плане. Меньшая частотность иных зоонимичных единиц при вариативности их реализации в текстах СМИ позволяет сделать вывод о широком спектре смыслов, закодированных в зоонимичной метафоре, ее безусловной ценности при формировании медиапортретов государств и политических лидеров. Комплексный анализ семантико-прагматических особенностей медиапортрета Китая в российском медиадискурсе позволяет представить ключевые характеристики наиболее значимого для России геополитического союзника, специфику вербального и визуального моделирования его портрета для российской целевой аудитории.

**Ключевые слова:** медиадискурс, медиатекст, метафорическое моделирование, метафора, коннотация, Китай, Россия

**Для цитирования:** Чудинов А.П., Чэнь Ш. Семантико-прагматические особенности метафорического моделирования медиапортрета Китая в российском медиадискурсе // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2024. Т. 21, № 4. С. 18–23. DOI: 10.14529/ling240403

Original article  
DOI: 10.14529/ling240403

## SEMANTIC AND PRAGMATIC FEATURES OF THE MEDIA PORTRAIT OF CHINA IN THE RUSSIAN MEDIA DISCOURSE

A.P. Chudinov<sup>1</sup>, [ap\\_chudinov@mail.ru](mailto:ap_chudinov@mail.ru)  
Shuling Chen<sup>1,2</sup>, [woaihuoxingbuluo@163.com](mailto:woaihuoxingbuluo@163.com)

<sup>1</sup> Ural State Pedagogical University, Yekaterinburg, Russia

<sup>2</sup> Jilin International Studies University, Changchun, China

**Abstract.** The article is devoted to a comprehensive analysis of the semantic and pragmatic features of the media portrait of China in the Russian media discourse. Through the description of metaphorical images based on zoonymic units, the key characteristics underlying the media portrait of China are interpreted. It is proved that the media portrait of China in the current media space is based on verbal data and creolized texts, while the key zoonymic unit underlying the modeling of this portrait is the dragon, which characterizes China and its political leader as strong, wise and independent subjects capable of making decisions based on the needs of the state and embodying a wide range of cultural values. The close connection of the dragon-China and the bear-Russia at the political and cultural levels, their common interests and a common geopolitical enemy determine the diversity and frequency of both contexts and creolized texts,

often based on constructive signs in the interaction of these states. A significant role in modeling media portraits of China is played by the zoonym “panda”, which also very constructively characterizes relations between China and Russia, characterizing their proximity primarily in geopolitical terms. The lower frequency of other zoonymic units with the variability of their implementation in media texts allows us to conclude about a wide range of meanings encoded in the zoonymic metaphor, its essential value in the formation of media portraits of states and political leaders. A comprehensive analysis of the semantic and pragmatic features of the media portrait of China in the Russian media discourse allows us to present the key characteristics of the most significant geopolitical ally for Russia, as well as the specifics of verbal and visual modeling of its portrait for the Russian target audience.

**Keywords:** media discourse, media text, metaphorical modeling, metaphor, connotation, China, Russia

**For citation:** Chudinov A.P., Chen Shuling. Semantic and pragmatic features of the media portrait of China in the Russian media discourse. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2024;21(4):18–23. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling240403

Современные социополитические реалии определяют тот факт, что Российская Федерация все в большей и большей степени сближается с Китайской Народной Республикой, а значит, интерес к Китаю, китайской политике и культуре в российской аудитории все больше возрастает. Как справедливо отмечают исследователи, «Китай, стремясь показать, что у него довольно широкий фронт партнерства, разыгрывает российскую карту так же, как мы – китайскую» [13]. Взаимная заинтересованность двух крупнейших мировых держав современности объясняет и безусловный интерес к лидерам этих держав, что подтверждается частотностью упоминаний названий государств в политической повестке. Значимость моделирования медиапортрета Китая в российском медиадискурсе, его малая изученность с лингвистических позиций определили актуальность данного исследования, посвященного выявлению особенностей реализации медиапортрета Китая в современной русскоязычной публицистике. Предлагаемое исследование проводится в русле лингвополитологического направления, развиваемого в современных научных разработках [1–5, 12, 15], а также в аспекте исследований, посвященных анализу языковых особенностей медиатекстов [6–11, 14].

Анализ фактического материала позволяет сделать вывод о том, что при моделировании медиапортрета Китая наибольшее значение имеет образ дракона. В китайской традиции дракон является ключевым образом культуры и символизирует власть императора, духовную силу и добродетель. Широкий спектр позитивных характеристик, которыми наделен дракон в китайской мифологии, объясняет частотность ассоциирования с ним китайского лидера как в китайской, так и в русской языковой картине мира. Показательным представляется тот факт, что при экспликации образа китайского политического лидера дракон наделяется различными характеристиками, глубоко и полно закрепленными в национальной традиции Китая.

**1. Дракон как символ политической власти и могущества: Танец дракона со слонем.** К визиту Моди в Китай (<https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/tanets-drakona-so-slonom/>, 03.05.2018); Си vs Байден: **Разговор дракона с тигром.** О чем

смогли договориться Пекин с Вашингтоном (<https://svpressa.ru/world/article/316550/>, 18.11.2021). Важно подчеркнуть, что в подобных контекстах наряду с символическим значением власти происходит сохранение культурного аспекта, при котором дракон ассоциируется именно с национальной традицией Китая, в то время как иные зоонимичные единицы – с политическими лидерами других стран (орел или тигр – президент США Дж. Байден, слон – премьер-министр Индии Н. Моди и т. д.).

**2. Дракон как символ начала великих преобразований: Дракон расправляет крылья.** Что за китайская концепция «общего процветания»? (<https://aif.ru/politics/opinion/>, 29.09.2021).

**3. Дракон как основа генетического кода: Мы – потомки дракона** (<https://www.youtube.com/watch?v=0,16.04.2018>).

Центральная роль образа дракона при презентации китайской культуры в русском национальном сознании определила частотность креолизованных текстов, где дракон визуализирует собой власть Китая и, как правило, демонстрирует союз между политическими лидерами Китая (дракон) и России (медведь) против США. В креолизованных текстах США зачастую транслируются через образ орла (рис. 1, 3, 6), который также является культурно маркированным зоонимом, ассоциирующимся с Америкой и ее политическими лидерами. Так, на рис. 1 зафиксирован широкий спектр актуальных социополитических реалий, доказываю-



Рис. 1

ших крепкую связь России и Китая (медведь и дракон сидят на трубе газопровода «Сила Сибири»), ставшего одной из ключевых точек экономического и политического сближения двух государств, при этом дракон пьет из чашки, окрашенной в цвета флага России, в то время как чашка медведя по своей окраске напоминает флаг Китая. Под трубой газопровода маленький по соотношению с размерами медведя и дракона орел в шляпе расцветки американского флага бьет в барабан, на котором написано слово «санкции». Показательными представляются и реплики медведя и дракона: «Он что, хочет нас рассорить?» – «Какая смешная птица!»).

Газовая труба как одна из составляющих российско-китайского сотрудничества наблюдается и на рис. 2, где довольный дракон обнимает медведя, пряча за спиной газовую трубу – выгодный и весомый итог взаимодействия Китая и России.

На рис. 3 текст отсутствует, однако послы становится понятным и без вербальной составляющей: дракон и медведь кипятят воду для того, чтобы сварить в нем ошипанного орла, представляющего собой весьма жалкое зрелище.

Обратим внимание и на креолизованные тексты, на которых Китай и Россия транслируются посредством визуальных и вербальных компонентов, в то время как визуализация образа США отсутствует. Так, на рис. 4 изображены красный дракон (символ Китая) и бурый медведь в головном уборе пограничника (символ России). На заднем фоне наблюдаются элементы китайского пейзажа и московского Кремля, а на передней крупными

буквами зафиксирован текст: «Китай и Россия против террора США». Комплексный анализ креолизованного текста позволяет заключить, что дракон и медведь стоят на защите своих государств от государства-врага, способного посягнуть на безопасность и свободу Китая и России.

При характеристике дракона, эксплицирующего образ Китая, обращает на себя внимание идея о том, что все решения, принимаемые драконом, обдумываются самостоятельно, а реализуемые драконом действия не соответствуют ожиданиям тех, кто мнит себя ключевой фигурой мирового политического Олимпа.

Так, на рис. 5 изображен отдыхающий дракон, с абсолютным безразличием реагирующий на стоящего дрессировщика, обращающегося к нему с фразой: «Ты должен ограничить нефтяные доходы России».

Интересным представляется и рис. 6, демонстрирующий страх Америки и Евросоюза перед Россией и Китаем. Так, на фоне ведущих диалог медведя и дракона жалкими представляются маленький и обшипанный орел с флагом Америки и репликой «Война», испуганная курица с флагом Евросоюза и иные образы, метафорически представляющие противников России и Китая. На этом фоне еще более ироничной является реплика медведя: «Еще ничего не ввел, а они в экстазе бьются».

Таким образом, можно заключить, что при репрезентации образа Китая в русскоязычном медиапространстве образ дракона наделяется не только глубокими культурными смыслами, крепко связывающими данный зооним с национальными



Рис. 2



Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5





Рис. 6

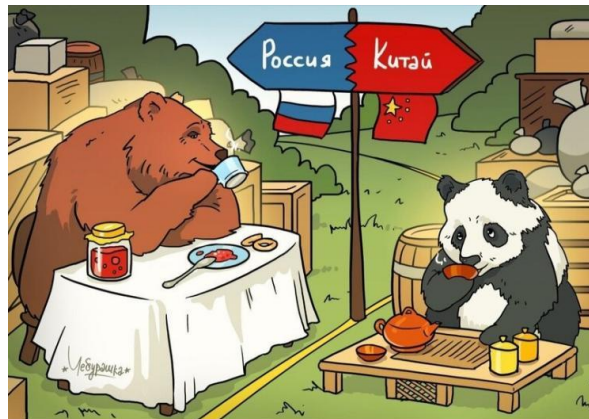


Рис. 7

традициями древнего и современного Китая, но и транслирует широкий спектр характеристик, наделяющих Китай и его лидера мужеством, наличием собственного мнения, приверженностью национальным ценностям и здравому смыслу, умением быть верным и преданным союзником и товарищем.

Креолизованные тексты, демонстрирующие отношения России и Китая через иллюстрации медведя и панды показывают различия национальных культур, не мешающие тесному сотрудничеству двух государств. Так, на рис. 7 на фоне двустороннего указателя с надписью «Россия – Китай» и государственными флагами за столами, накрытыми в стилистике соответствующей национальной культуры, трапезничают бурый медведь и панда, всем своим видом показывающие умиротворение и гармонию.

Теплые отношения бурого медведя и панды наблюдаются и на рис. 8, где данные животные сидят на переломанном бревне, окрашенном в цвета флага Америки.



Рис. 8

Анализ актуального медиапространства позволяет выявить единичное использование зоонимов, номинирующих иных животных. Так, показательными представляются зоонимы тигр («*Президент Китая – бумажный тигр*» ([https://translated.turbopages.org/proxy\\_u/en-ru.ru](https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru), 18.09.2014)) и собака («*Баранец: Байдену не удалось превратить Китай в „антироссийскую собаку“*» (<https://sputnik.by/20231116/baranets-baydenu-ne-udalos.html>, 16.11.2023)), имеющие резко негативную коннотацию, реализованную посредством эпитетов: в конструкции **бумажный тигр** эпитет «бумажный» символизирует слабость политика, а в конструкции **антироссийская собака** компонент «антироссийская» обозначает потенциально возможное резко негативное отношение Китая к России.

Социополитические реалии последних лет определяют изменение внешнеполитического курса Российской Федерации и, как следствие, смещение фокуса внимания на новых геополитических союзников. При этом бесспорным представляется тот факт, что медиапортрет новых союзников формируется посредством использования широкого спектра образных средств и приёмов, лежащих в основе манипулирования массовым сознанием. Проведённый анализ позволяет сделать вывод о возрастающем количестве образов и сценариев, формирующих медиапортрет Китая и его лидера в языковом сознании современного россиянина. Наиболее ярко и многоаспектно данный образ транслируется посредством зоонимичной метафоры, отражающей не только имплицитные смыслы, но и национально-культурные особенности, являющиеся для массовой аудитории одним из ключевых маркеров Китая, узнаваемые большим числом читателей и привлекающие внимание массового адресата не меньше, чем иные закодированные в зоонимах смыслы. Конструктивные отношения, складывающиеся между Российской Федерацией и Китаем, обуславливают положительный образ зоонимичных единиц, метафорически соотносимых как с государством, так и с его политическим лидером, а текстовые сооб-

щения и креолизованные тексты, с одной стороны, демонстрируют теплые отношения Китая и России, с другой – их крепкую решимость дать отпор общим геополитическим и экзистенциальным врагам. Проведённый анализ позволяет заключить, что ключевое место среди зоонимов, репрезентирующих образ Китая, занимают дракон и панда, с одной стороны, формирующие образ мудрого, решительного и принципиального субъекта, отстаивающего свои геополитические интересы, с другой – хранителя культурных традиций, глубоко закреплённых в восприятии Китая представителями русской лингвокультуры. Комплексный и системный анализ метафорического образа Китая в русскоязычном медиапространстве позволит охарактеризовать фрагмент медийной картины мира, формирующий в современной российской аудитории портрет ключевого геополитического союзника.

вающего свои геополитические интересы, с другой – хранителя культурных традиций, глубоко закреплённых в восприятии Китая представителями русской лингвокультуры. Комплексный и системный анализ метафорического образа Китая в русскоязычном медиапространстве позволит охарактеризовать фрагмент медийной картины мира, формирующий в современной российской аудитории портрет ключевого геополитического союзника.

### Список литературы

1. Будаев Э.В. Политическая метафора в невербальных семиотических системах // Политическая лингвистика. 2006. № 18. С. 57–66.
2. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Современная российская политическая метафорология (2011–2020 гг.) // Филологический класс. 2020. № 2 (25). С. 103–113.
3. Ворошилова М.Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2013. 194 с.
4. Ворошилова М.Б., Руженцева Н.Б., Шустрова Е.В. Юмор и ирония в политическом дискурсе. Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2015. 252 с.
5. Гридина Т.А. Социокультурные аспекты восприятия игровых поликодовых текстов в пространстве современного города // Политическая лингвистика. 2022. № 5 (95). С. 49–59.
6. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: ФЛИНТА: Наука, 2008. 264 с.
7. Засурский Я.Н. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика 2005. № 2. С. 6.
8. Земская Е.А. Современный русский язык. Словообразование. М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. 328 с.
9. Казак М. Специфика современного медиатекста // Современный дискурс-анализ. Выпуск 6. 2012. Белгород [Электронный ресурс]. URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st42.shtml> (дата обращения 21.09.2023).
10. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. СПб.: Златоуст, 1999. 320 с.
11. Милованова С.О. Влияние невербальных средств коммуникации на восприятие газетных текстов // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2009. № 2. С. 258–261.
12. Михалева О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 256 с.
13. «Новая экономическая нормальность» или взгляд на Китай без розовых очков [Эл. ресурс] URL: [http://www.fa.ru/dep/press/about-us/Pages/Novaya\\_ekonomicheskaya-normalnost-ili-vzglyad-na-Kit.asp](http://www.fa.ru/dep/press/about-us/Pages/Novaya_ekonomicheskaya-normalnost-ili-vzglyad-na-Kit.asp). Проверено: 07.07.2024.
14. Чернышова Т.В. Модель когнитивно-речевого взаимодействия в сфере массовой газетной коммуникации: детерминационные факторы // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Орел, 2008. С. 237.
15. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000). Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2001. 246 с.

### References

1. Budaev E.V. [Political metaphor in non-verbal semiotic systems]. *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics]. 2006. No. 18. P. 57–66. (in Russ.)
2. Budaev E.V., Chudinov A.P. *Sovremennaya rossijskaya politicheskaya metaforologiya (2011–2020 gg.)* [Modern Russian political metaphorology (2011–2020)]. *Philological class*. 2020. No. 2 (25). P. 103–113.
3. Voroshilova M.B. *Politicheskij kreolizovannyj tekst: klyuchi k prochteniyu* [Political creolized text: keys to reading]. Ekaterinburg: Ural St. Ped. Univ. Publ., 2013. 194 p.
4. Voroshilova M.B., Ruzhentseva N.B., Shustrova E.V. *Yumor i ironiya v politicheskom diskurse* [Humor and irony in political discourse]. Ural St. Ped. Univ. Publ., Ekaterinburg, 2015. 252 p.
5. Gridina T.A. [Sociocultural aspects of the perception of game polycode texts in the space of a modern city]. *Politicheskaya lingvistika*. 2022. No. 5 (95). P. 49–59.
6. Dobrosklonskaya T.G. *Medialingvistika: sistemnyj podhod k izucheniyu yazyka SMI* [Media Linguistics: a systematic approach to learning the language of the media]. Moscow: FLINTA: Nauka, 2008. 264 p.

7. Zasurskij Ya.N. [Editor's column: Media text in the context of convergence]. *Vestnik Moskovskogo universiteta*. Seriya 10: Zhurnalistika. 2005. No. 2. P. 6. (in Russ.)
8. Zemskaya E.A. *Sovremennyy russkiy yazyk. Slovoobrazovanie* [Modern Russian language. Word formation]. Moscow: FLINTA: Nauka, 2011. 328 p.
9. Kazak M. Specifika sovremennogo mediateksta [The specifics of the modern media text]. *Sovremennyy diskurs-analiz*. Vypusk 6. 2012. Belgorod. URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st42.shtml> (Data obrashcheniya 21.09.2023).
10. Kostomarov V.G. *Yazykovoj vkus epohi. Iz nablyudenij nad rechevoj praktikoj mass-media* [The linguistic taste of the epoch. From observations on the speech practice of mass media]. St. Petersburg: Zlatoust, 1999. 320 p.
11. Milovanova S.O. Vliyanie neverbal'nykh sredstv kommunikatsii na vospriyatie gazetnykh tekstov [Influence of non-verbal means of communication on the perception of newspaper texts]. *Izvestiya TulGU. Humanitarian sciences*. 2009. No. 2. P. 258–261
12. Mihaleva O.L. *Politicheskij diskurs: Specifika manipulyativnogo vozdejstviya* [Political discourse: Specifics of manipulative influence]. Moscow: Knizhnyj dom "LIBROKOM", 2009. 256 p.
13. "Novaya e'konomicheskaya normal'nost' " ili vzglyad na Kitaj bez rozovy'x ochkov ["The new economic normality" or a look at China without rose-colored glasses] URL: [http://www.fa.ru/dep/press/about-us/Pages/Novaya\\_ekonomicheskaya-normalnost-ili-vzglyad-na-Kit.asp](http://www.fa.ru/dep/press/about-us/Pages/Novaya_ekonomicheskaya-normalnost-ili-vzglyad-na-Kit.asp). Checked: 07.07.2024.
14. Chernyshova T.V. Model' kognitivno-rechevogo vzaimodejstviya v sfere massovoj gazetnoj kommunikatsii: determinacionnye faktory [The model of cognitive-speech interaction in the field of mass newspaper communication: determining factors]. *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i medijnom diskurse*. Orel, 2008. P. 237.
15. Chudinov A.P. *Rossiya v metaforicheskom zerkale: kognitivnoe issledovanie politicheskoy metafory (1991–2000)*. [Russia in a metaphorical mirror: a cognitive study of political metaphor (1991–2000)]. Ekaterinburg: Ural St. Ped. Univ. Publ., 2001. 246 p.

#### **Информация об авторах**

**Чудинов Анатолий Прокопьевич**, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного, Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия; [ap\\_chudinov@mail.ru](mailto:ap_chudinov@mail.ru)

**Чэнь Шулин**, аспирант, кафедра межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного, Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия; преподаватель, Цзилиньский университет иностранных языков, Чанчунь, Китай; [woaihuoxingbuluo@163.com](mailto:woaihuoxingbuluo@163.com)

#### **Information about authors**

**Anatoliy P. Chudinov**, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University, Yekaterinburg, Russia; [ap\\_chudinov@mail.ru](mailto:ap_chudinov@mail.ru)

**Shuling Chen**, postgraduate student, Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University, Yekaterinburg, Russia; Lecturer, Jilin International Studies University, Changchun, China; [woaihuoxingbuluo@163.com](mailto:woaihuoxingbuluo@163.com)

**Статья поступила в редакцию 13.07.2024.**

**The article was submitted 13.07.2024.**