

Михайлова О. А. Семантико-прагматический потенциал наречия *по-китайски* в современных российских СМИ / О. А. Михайлова, Чэн Юйсяо // Научный диалог. — 2018. — № 9. — С. 46—62. — DOI: 10.24224/2227-1295-2018-9-46-62.

Mikhaylova, O. A., Cheng Yuxiao. (2018). Semantic and Pragmatic Potential of Adverb *po-kitayski* 'in Chinese' in Modern Russian Media. *Nauchnyy dialog*, 9: 46-62. DOI: 10.24224/2227-1295-2018-9-46-62. (In Russ.).



УДК 811.161.1'42:070

DOI: 10.24224/2227-1295-2018-9-46-62

Семантико-прагматический потенциал наречия *по-китайски* в современных российских СМИ

© Михайлова Ольга Алексеевна (2018), orcid.org/0000-0002-2386-7411, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия), omaih@yandex.ru.

© Чэн Юйсяо (程雨潇, 2018), orcid.org/0000-0002-6469-3585, аспирант кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия), 1535450093@qq.com.

Исследование выполнено в русле прагмалингвистики и посвящено вопросу о средствах формирования стереотипов в текстах публицистического дискурса. Рассматривается семантика и прагматика лексемы *по-китайски* как диагностирующего языкового средства, манифестирующего коллективные стереотипные представления о Китае. Материалом для исследования послужили высказывания, извлеченные из современных российских СМИ в электронной базе данных Интегрум. Представлены тексты о политике, экономике государства, о китайской кухне и празднике Нового года в Китае. Показано, что анализируемое наречие употребляется в глагольных и субстантивных словосочетаниях с конкретными и отвлеченными существительными. Материал свидетельствует о том, что глагольные словосочетания характеризуют специфические процессы, происходящие в Китае. Выдвигается тезис о том, что субстантивно-адвербиальные словосочетания используются для характеристики или нового истолкования известных понятий. Представлены результаты анализа контекстуальной семантики наречия *по-китайски*, которое осложняется фоновыми признаками, актуализирующими ряд типовых характеристик восточного государства (специфическая форма глобализации, особая социалистическая модель, задача искоренения коррупции на всех уровнях, экономический прорыв, сохранение культурных традиций). В российских СМИ наблюдается оценочная двойственность

в представлении Китая. Стереотипы о Китае оказываются преимущественно положительными: процветающая экономика, политическая независимость, древние традиции. Отрицательную оценку получает, в частности, низкое качество производимых в Китае товаров, жестокость политических мер.

Ключевые слова: семантика; прагматика; наречие; стереотип; Китай; российские СМИ.

1. Вводные замечания

В современном обществе эффективным инструментом формирования общественного мнения являются средства массовой информации — важнейшая структура в системе публичной коммуникации. СМИ влияют на индивидуальное, массовое, национальное мировоззрение [Андреев, 1996, с. 34], конструируя его в соответствии с определенными идеологическими установками, и создают устойчивые стереотипные представления в общественном сознании.

Стереотип традиционно трактуется исследователями как схематизированное, упрощенное представление о фрагменте действительности (см., например: Агеев, 1986; Алефиренко, 2010; Николаева, 2000; Зарипов, 2016; Сорокин, 1978). У. Липпман рассматривает стереотип как «упорядоченную, схематичную, детерминированную культурой “картинку” мира в сознании человека» [Липпман, 2004, с. 104]. По определению Е. Бартминьского, это «представление о предмете, сформировавшееся в рамках определенного коллективного опыта и определяющее то, что этот предмет собой представляет, как он выглядит, как действует, как воспринимается человеком и т. п.; в то же время это представление, которое воплощено в языке, доступно нам через язык и принадлежит коллективному знанию о мире» [Бартминьский, 2005, с. 68]. Будучи представленным в языке, стереотип понимается «как суждение или несколько суждений, относящихся к определенному объекту внеязыкового мира, субъективно детерминированное представление предмета, в котором сосуществуют описательные и оценочные признаки и которое является результатом истолкования действительности в рамках социально выработанных познавательных моделей» [Алефиренко, 2010, с. 408].

Поскольку в стереотипах не только «фиксируются черты каких-либо явлений, но и содержится их эмоциональная оценка» [Кон, 1967, с. 11], к ним активно обращаются СМИ. Стереотипы, передавая образно-метафорическую информацию, становятся сильным средством воздействия в рамках политехнологов.

Цель нашего исследования — выявить стереотипические черты Китая, транслируемые современными российскими СМИ.

Актуальность исследования обусловлена растущим интересом российского общества к Китаю, который сегодня является одним из главных политических, экономических и культурных партнеров России. Образ Китая в глазах русских уже становился предметом научных исследований [Ду Цюаньбо, 2016; Сорокина, 2007; Ши Ся, 2008], однако новизна нашей работы определяется принципом анализа — извлечением актуальных образно-оценочных смыслов из контекстуальной семантики лексемы *по-китайски*, которая выступает в качестве диагностирующего языкового средства, манифестирующего коллективные стереотипные представления о Китае.

Эмпирической базой нашего исследования является материал, собранный по электронной базе данных Интегрум (Integrum.ru).

В русском языке наречие как часть речи имеет регулярные функциональные связи с различными категориями слов, то есть наречия употребляются в глагольных, субстантивных, адъективных и наречных словосочетаниях. «Общекатегориальное значение наречия проявляется синтаксически — основной и обязательной синтаксической характеристикой наречных лексем является возможность функционирования их в качестве непредикативного определителя предикативного или атрибутивного компонента высказывания (исключения здесь единичны *замужем, навеселе, навывкате*)» [Савелова, 2009, с. 13]. В системе современного русского литературного языка наречия на *-ски* с приставкой *по-* «относятся к разряду квалификативных наречий с модусной оценкой, они имеют компонент значения ‘с точки зрения’ / ‘в аспекте’» [Савелова, 2009, с. 27].

Субстантивные словосочетания с отадъективными наречиями на *-ски* с приставкой *по-* оформились в русском литературном языке сравнительно недавно и первоначально характеризовали одну семантическую сферу — блюда национальной кухни [Сидорова, 2013]. В современном русском литературном языке последних десятилетий наметилась отчетливая тенденция к пополняемости наречного состава высокопродуктивными отадъективными образованиями на *-ски* и к расширению семантико-синтаксических связей существительных с указанными наречиями. Не только существительные с конкретно-предметным значением, но и отвлеченные существительные различной семантики сочетаются с наречиями на *-ски*, и это обуславливает языковую разработанность и высокую функционально-семантическую значимость наречий. В современной речи субстантивные словосочетания с наречием на *-ски* и приставкой *по-* выражают определительные отношения с обстоятельством оттенком сравнения, соответствия с чем-то, уподобления чему-то.

Лексема *по-китайски* связана с национально-географическим концептом КИТАЙ [Ши Ся, 2008], образована от прилагательного *китайский* [ТСОШ, с. 336] и имеет системное значение ‘как свойственно китайцам, как характерно для них или для Китая’ [Ефремова, т. 2, с. 847]. Благодаря специфическому «аспектному» значению [Савелова, 2009] квалификативных наречий данной модели, лексема *по-китайски* содержит дополнительную имплицитную информацию о конкретных характеристиках Китая (китайцев), а также включает различные коннотации.

В составе высказывания обозначаемый наречием признак может приписываться либо предмету, либо событию (ситуации в целом), то есть лексема *по-китайски* может иметь пропозициональную значимость. В нашем материале зафиксированы контексты, в которых представлены словосочетания с анализируемым наречием, характеризующим следующие аспекты стереотипного представления о Китае: политика, экономика государства, китайская кухня и праздник Нового года.

2. Политика Китая

В современных российских СМИ достаточно широко освещается как внешняя политика Китая, так и политическая жизнь внутри страны. Направления государственной политики, получившие большой резонанс в современном мире, связаны с развитием китайской модели социализма, с проектом «Один пояс, один путь», объявленным председателем КНР Си Цзиньпином в сентябре 2013 года, а также с борьбой против коррупции среди государственных служащих.

Частотным в российских СМИ является словосочетание *социализм по-китайски*: **Социализм по-китайски становится моделью для мира** (Независимая газета, 25.10.2017); *Для политологов — еще один повод лениво раскинуть свои крапленые карты — пойдет ли преемник Кастро Рауль сразу сдавать страну США или все-таки, как утверждают слухи, будет строить социализм по-китайски* (Комсомольская правда, 03.08.2006); *«Социализм по-китайски» — идеал Зюганова* (Движение за настоящий социализм: <http://cccp-2.ru/the-news/434>).

В XX веке в мире существовали две модели социализма — советская и китайская [Центр ...]. Социализм в Советском Союзе был демонтирован после распада страны, а социализм с китайской спецификой вызывает интерес многих стран, поскольку Китай показал всему миру успешный пример в строительстве уникального социалистического общества. Наречие *по-китайски* в приведенных контекстах имеет, как правило, положительную коннотацию и маркирует оппозицию «Китай — Советский Союз».

Противопоставление современной России и Китая в пользу социалистической рыночной экономики подчеркнуто в следующем высказывании: *С 15 января временно вводится режим госрегулирования цен на главные продукты потребления: зерно, растительное масло, мясо, мясные продукты, молоко, яйца и сжиженный газ. Впрочем, «заморозка по-китайски» будет куда более совершенна, чем наша* (Известия, 18.01.2008). Положительная оценка экономики Китая эксплицирована сравнительной конструкцией с лексемой *совершенный* 'являющийся полнотой всех достоинств, высшей степенью какого-н. положительного качества' [ТСОШ, с. 910].

Инициатива «Один пояс, один путь», по оценке некоторых экспертов, стала проектом новой модели глобализации (см., например, [Чубаров, 2017; Подвойский, 2017; Михалев, 2016]). Этот факт нашел отражение в активном использовании в масс-медиа словосочетания *глобализация по-китайски*: *В Пекин на форум «Один пояс — один путь» собрались лидеры 30 государств, чтобы оценить планы глобализации по-китайски* (АиФ, 17.05.2017); *После съезда Компартия считает своей целью продвижение идеи общей судьбы человечества — это можно назвать «глобализацией по-китайски»* (Вечерний Ростов, 22.12.2017). Семантика наречия *по-китайски* ('характерно для Китая') осложняется имплицитным компонентом — 'альтернатива западному / американскому варианту'.

Анализируемое наречие употребляется также в словосочетаниях с однокоренными словами этого гнезда. Например: *Это, безусловно, «реглобализация по-китайски», но ей требуется широкая международная поддержка* (Независимая газета, 11.05.2017); *Новая глобальная архитектура по-китайски — это «человеческое сообщество с единой судьбой»* (Независимая газета, 25.01.2018) и др. Указанные контексты формируют в читательском сознании образ страны, которая выбирает свой путь и бросает вызов Западу.

Противостояние между Китаем и американскими компаниями возникает из-за политики «закрытый интернет». Рассмотрим статью под заголовком *«Ушли по-китайски»*, в которой Китай требует от американских компаний подробных сведений об их клиентах: *Китайский интернет становится «вещью в себе». Сначала из Поднебесной ушла американская компания Google, которой не понравилось, что Пекин заставляет ее цензурировать результаты поиска. Теперь примеру поисковика последовали американские же Network Solutions и Go Daddy, занимающиеся регистрацией доменов. Причина все та же — власти КНР требуют от компаний подробных сведений об их клиентах* (Известия, 26.03.2010).

В примере отражается независимость и самостоятельность Китая. Несмотря на негативную реакцию западных компаний, данное государство решительно отстаивает свою позицию.

Китайское правительство во главе с Си Цзиньпином сделало борьбу с коррупцией одним из приоритетов своей политики. За историю существования государства власти неоднократно объявляли войну мздоимству, но сегодняшняя кампания, во-первых, носит всеобъемлющий характер и, во-вторых, использует крайне жесткие меры. Эти смыслы раскрываются в контекстах с анализируемым наречием: *Охота на «блох» по-китайски: необходимо бороться не только с «тиграми» — высокопоставленными чиновниками-взяточниками, но и «блохами» — госслужащими невысокого ранга, нарушающими закон* (РБК daily, 07.02.2013); *Борьба с коррупцией по-китайски: Расстрел с пожизненной отсрочкой и никакого алкоголя за казенный счет* (Комсомольская правда, 19.02.2017).

Провозглашенный в ходе кампании лозунг «бить тигров и мух» как заявка на амбициозную задачу искоренения коррупции на всех уровнях получает в российских медиа безоговорочное одобрение, тогда как «драконовские методы борьбы» с коррумпированными чиновниками [Китай GO] получают неоднозначную оценку: *Получается, бороться с коррупцией реально не только «по-китайски». Можно и с помощью хартии пропагандировать честный бизнес как среди своих сотрудников, так и в компаниях-партнёрах* (АиФ, 29.10.2014).

Частотное сочетание наречия *по-китайски* с лексемой *бороться* указывает на свойственные Китаю курсы политики и специфические методы, разработанные в Поднебесной и широко распространившиеся в разных странах мира. В частности, способ избавления от незаконной рекламы, когда телефоны, указанные в рекламных объявлениях, блокируются звонками автоответчика, перенимается в России: *С рекламой на московских столбах будут бороться по-китайски. Новый метод, несколько лет назад изобретенный в Китае, ныне используется практически во всем мире* (Известия, 23.03.2004); *Теперь все улажено, и через несколько дней с рекламой на улицах города мы будем бороться «по-китайски»* (Известия, 24.07.2004).

Изучаемое наречие *по-китайски* подтверждает типизированное для российских СМИ представление о политике Китая, сохраняющего «последовательное сочетание социалистической и капиталистической концепций, планового и рыночного способов хозяйствования» [Пивоварова, 1997, с. 67]. Специфическая форма глобализации, борьба с коррупцией, социалистическая рыночная экономика дают Китаю возможность занять лидирующее положение в мире.

3. Китайская экономика

Экономика КНР в последние 30 лет эффективно развивается, и в 2010 году страна занимала 2 место в мире по величине номинального ВВП [Федеральная служба государственной статистики], что возбуждает интерес к Китаю в мире. Естественно, что развитие экономики Китая широко освещается в российских средствах массовой информации. Наречие *по-китайски* активно сочетается с различными отвлеченными существительными отыменного образования и осложняется фоновыми признаками, актуализирующими стереотипные представления об особенностях экономики государства. По данным российских СМИ, рост экономики в Китае связан с ограничением импорта и расширением экспорта. Ср.: **Импортозамещение по-китайски**. *Почти вся экономическая история современного Китая — это история борьбы за «всеобщее и полное» импортозамещение в увязке с усилиями по расширению экспортного потенциала, защите «чувствительных» отраслей промышленности* (Профиль, 28.08.2006).

Китай стал крупнейшим экспортером благодаря следующим факторам. Во-первых, внешняя торговля КНР стремительно растет, и товары китайского производства сейчас заполнили мировой рынок. Это подтверждается сочетанием наречия *по-китайски* с конкретно-предметными существительными — номинациями отдельных товаров, например: **Смартфоны по-китайски**. *Устройства из КНР впервые стали лидерами на российском рынке* (Ежедневная деловая газета РБК, 29.09.2015); **Автопром по-китайски**. *В 2007 году китайский автопром вышел на третье место в мире (после США и Японии) по количеству произведенных автомобилей*. (Профиль, 12.05.2008).

Кроме того, Китай расширяет экономическое сотрудничество с другими странами, привлекает иностранные инвестиции. Например: **«Урал» соберут по-китайски**. *АО «Автомобильный завод «Урал» может создать на территории КНР совместное предприятие с Северной корпорацией тяжелой индустрии Китая* (Коммерсантъ, 10.02.2003); **Английский Rover соберут по-китайски**. *Британская автомобильная компания MG Rover объявила о создании альянса с китайским производителем Brilliance China Automotiv* (Коммерсантъ, 23.03.2002) и т. д. А также Китай вкладывает деньги в покупку зарубежных активов: **Миланский «Интер» заговорит по-китайски**. *Китайская China Railway Construction приобрела 15 % акций миланского «Интера», став вторым по величине акционером футбольного клуба* (РБК-daily, 03.08.2012); **Шопинг по-китайски**. *Пекин выделит на скупку зарубежных активов до 200 млрд долларов Китайский суверенный фонд China Investment Corp* (РБК-daily, 27.04.2011);

Фоновый семантический признак ‘экономическое сотрудничество’ выделяется в глагольных словосочетаниях с наречием *по-китайски* (*соберут, заговорит*), в словосочетании с заимствованным существительным процессуальной семантики *шопинг* (от английского *shopping*).

Во-вторых, низкая стоимость китайских товаров делает их конкурентно способными на рынке. Например: *Дисконт по-китайски? Дешевый экспорт из Китая беспокоит Запад. Четыре года назад очень многое в судьбе мировой экономики, по мнению некоторых специалистов, зависело от Китая* (Профиль, 09.12.2002); *Новое иностранное: забота по-китайски. Представитель компакт-класса BYD Flyer II — самая дешёвая иномарка на российском рынке* (Аргументы и факты, 08.11.2006) и др. В наречии *по-китайски* выделяется сема «дешевый, недорогой».

Вместе с тем товары из Китая часто ассоциируются с низким качеством. *Рулевое управление с электроусилителем по-китайски слишком легковесное. Причем усилие на руле не возрастает даже с ростом скорости, а хочется информативной обратной связи* (За рулем, 13.03.2018); *Салон сделан не по-китайски качественно, ровненько, из хороших тканей и пластиков* (За рулем, 03.11.2011) и др.

При характеристике стереотипов о качестве китайских автомобилей наречие *по-китайски* приобретает пейоративную коннотацию в сочетании с аксиологическим прилагательным *слишком легковесное*. Во втором примере наречия с положительной оценкой *качественно, ровненько* синтагматически связаны с отрицательным наречием *не по-китайски* и тем самым указывают на признак плохого качества китайских товаров (салона автомобиля).

Другая проблема китайского производства заключается в копировании и подделках товаров известных брендов. Например: *Китайские парни не стали долго выдумывать названия, дизайн и другие детали, а поступили проще и, что логично, типично по-китайски: внешне Droid X360 максимально похожа на саму PlayStation Vita, а название, как вы уже поняли, — намек на Xbox 360* (Известия, 27.07.2012); *Некоторые производители трехколесных машин из Китая не стесняются копировать известные модели — и это так по-китайски!* (Мотор, 24.12.2017) и т. д. Наречия *типично, так* не просто контекстуально наводят отрицательную оценку наречию *по-китайски*, но подчеркивают, что «экономический плагиат» ярко характеризует это государство.

Специфичность китайской экономики со знаком «плюс» актуализируется наречием меры и степени *очень*. Например: *Представление о том, что реальный экономический процесс вполне может сочетаться с ими-*

тацией политического процесса, это тоже **очень по-китайски** (Коммерсантъ, 14.11.2002).

Итак, в российских СМИ наречие *по-китайски* используется не только для трансляции сведений о китайской экономике, но и для формирования коллективного стереотипа о Китае, который на внутреннем рынке стремится к независимости и полной обеспеченности собственной продукцией. При этом Китай поддерживает экономическое сотрудничество со многими странами, и потому развитие его экономики в значительной степени опирается на экспорт. Китайские товары часто являются копиями брендовых изделий. Они популярны в мире из-за низкой цены, но эти товары не отличаются хорошим качеством.

4. Китайская кухня и ее традиции

Большое место в российских СМИ занимает информация о китайской традиционной культуре питания, которая является важной составляющей образа Китая. «Для китайцев принятие пищи является не просто естественной человеческой потребностью, а, скорее, священным ритуалом, в котором церемонией окружено все — от подборки ингредиентов и выбора способа приготовления, до сервировки стола и подачи блюд» [Чанчина и др., 2015, с. 76].

В последние десятилетия вместе с развитием торговли и культурным обменом между Китаем и Россией происходит знакомство русского народа с китайской кухней, специфика которой все чаще освещается в масс-медиа. Наречие *по-китайски* в словосочетаниях с существительными маркирует три главных блока, которые связаны с формирующимися в русском коллективном сознании стереотипами: китайские блюда, китайские палочки, китайский чай.

Сочетаемость анализируемого наречия с существительными — названиями блюд представляет исконную и наиболее распространенную модель [Сидорова, 2013]: **Судак по-китайски** (Известия, 2007.11.23); **Сладкие томаты по-китайски** (Комсомольская правда, 01.09.2006); **Креветки по-китайски** (Комсомольская правда, 2008.05.13). Китайское блюдо отличается не только способом приготовления, но и сочетанием вкусов. В Китае традиционно готовят блюда с соусами, и эта особенность кухни представлена в российской прессе: *Причем вы можете получить морепродукты в любом исполнении. по-азиатски с имбирем, по-китайски с кисло-сладким соусом, по-креольски с томатным соусом* (Труд-7, 02.12.2010); **Мясо по-китайски в соевом соусе или ризотто по-милански** (Профиль, 10.09.2001).

Известно, что китайцы едят палочками, которые являются одним из знаков китайской кухни: *Крыльшки разрубим на 2—3 части — мелкие кусоч-*

ки потом удобнее будет **палочками есть**, чтобы **совсем уж по-китайски** (Комсомольская правда, 10.11.2017). Семиотичность китайских палочек акцентирована наречием *совсем* — ‘очень, в высшей степени’ [ТСОШ, с. 912].

Чай в жизни китайцев занимает особое место, а заваривание чая превратилось в отдельное искусство чайной церемонии, которому русские должны учиться: **по-китайски правильно заваривать чай** (Известия, 28.03.2007); *От высокого искусства, поэзии до закулисной жизни «звезд», от мира моды, драматургии спорта до заварки чая по-китайски и способов похудеть без урона для организма* (Труд-7, 06. 10.2005).

В Китае существует множество сортов чая, каждый из которых имеет свое назначение: **по-китайски черный чай в Китае пьют, чтобы поправить здоровье, красный — чтобы согреться; в жару же лучшие зеленый, белый или желтый** (Комсомольская правда, 24.05.2002).

Китайская кухня основана на концепции «здоровья», согласно которой нужно гармонизировать пять вкусов и быть умеренным в еде. **Что такое хорошо и что такое плохо — по-китайски. Важно гармонизировать пять вкусов и в меру употреблять кислое, сладкое, горькое, соленое, острое. Важно питаться умеренно** (АиФ, 26.11.2014).

Анализ показал, что в российских СМИ при помощи наречия *по-китайски* актуализируются стереотипические черты китайской кухни, включающие блюда со специфическими соусами; специфические приборы — палочки, которыми китайцы пользуются во время еды. Ключевым концептом китайской кухни является чай и китайская чайная церемония. В Китае сохраняется традиционная культура питания, которая базируется на концепции о гармонии в сочетании вкусов и умеренности в еде.

5. Китайский Новый год

В зимний сезон в российских СМИ активно освещается тема Нового года, отмечаемого по лунному календарю. В материалах, посвященных этой теме, широко представлены словосочетания с изучаемым наречием, так как оно точно определяет специфику праздника: **Новый год по-китайски. Пора цветения выпадает на 1 февраля, когда большинство китайцев отмечают наступление Нового года по лунному календарю** (Новые известия, 16.01.2003); *Зимние праздники теперь нельзя считать завершенными до тех пор, пока мы не отметим Новый год по лунному календарю, проще говоря — по-китайски* (Известия, 10.02.2013) и т. п.

В качестве основной единицы измерения времени в древнем Китае было принято естественное чередование фаз луны. Двенадцать лунных месяцев образуют год. «Иероглиф год (年 нянь) в первоначальном его на-

чертании изображал человека, нагруженного созревшими хлебными колосьями, т. е. в сознании древних китайцев совпадали понятия цикла годового и цикла земледельческого» [Джарылгасинова и др., 1985, с. 17]. Современные китайцы до сих пор соблюдают традиционные даты основных праздников лунного года.

Российского читателя СМИ знакомят с историей праздника, который связан с определенным животным, повторяющимся каждые 12 лет (крыса, бык, тигр, кролик, дракон, змея, лошадь, коза, обезьяна, петух, собака, свинья), и пятью природными стихиями (дерево, огонь, земля, металл, вода), которые представляют собой основные параметры мироздания в китайской философии и имеют определенное цветовое соответствие: дерево — синий цвет, огонь — красный, земля — желтый, железо — белый, вода — черный [Бадараев и др., 1977; Викторова, 1980]: *Новый год по-китайски. Нынешний китайский Новый — это год Огненной свиньи, или, исходя из того, что эквивалентом огня является красный цвет, — год Красной свиньи* (Независимая Газета, 16.02.2007).

Много места в российской публицистике уделяется традициям и особенностям празднования Нового года в Китае. Национальная специфика также маркируется наречием: *Новый год по-китайски — это семейное торжество. Никаких клубов, никаких гостей — исключительно свои и непременно в родных стенах* (Известия, 12.02.2010). Новый год в Китае — праздник строго семейный, и каждый китаец стремится провести его в кругу родных.

Как правильно встречать Новый год по-китайски? На столе следует изобразить дымящееся золото и серебро, под бой курантов угощаться пивом, и обязательно не доесть рыбу (АиФ, 23.12.2015). На праздничном столе Нового года в Китае обязательно должна быть рыба, потому что китайское слово — 鱼 (юй) «рыба» созвучно слову 余 «изобилие». Традиционное новогоднее китайское пожелание 年年有余 (нянь нянь ю юй; дословно — «не доесть рыбу») имеет значение ‘чтобы каждый год был изобильным’ (или ‘с рыбой’).

С давних времен Новый год является главным и самым продолжительным праздником в Китае. В праздновании Нового года отражаются типичные черты культуры и быта китайцев — от философского понятия до семейного уклада.

6. Выводы

Анализируемое наречие *по-китайски* типично сочетается с глаголами (*бороться, ограничить, заваривать, встречать*), образуя глагольно-наречные словосочетания, которые характеризуют специфические процессы,

происходящие в Китае. Данное наречие употребляется в словосочетаниях с конкретными существительными: названиями продуктов питания (*морепродукты, томаты, мясо, чай*), бытовых предметов (*смартфон, одежда, обувь*) и др., а также с отвлеченными существительными: номинациями явлений и событий (*глобализация, импортозамещение, социализм*), образуя субстантивно-адвербиальные словосочетания для характеристики или нового истолкования известных понятий.

Анализ лексических единиц, используемых в текстах о китайской политике, экономике, кухне и празднике, позволяет выделить ряд стереотипических характеристик, представляющих фрагменты целостного образа восточного государства.

Китай — это страна с древними культурными традициями, успешно развивающаяся в настоящее время. Это государство с особой социалистической формацией, развивающее свою модель глобализации и бросающее вызов Западу. Высокий темп роста промышленности, экономический прорыв дают Китаю возможность занять лидирующее положение в мире. Своеобразная кухня и праздник Нового года характеризуют национальную культуру и традиции Китая.

Анализируемое наречие *по-китайски* используется в российских СМИ также с зависимыми наречиями (*хорошо, плохо, очень, типично, слишком*), которые дают возможность выразить авторскую оценку описываемых явлений / объектов. В российских СМИ наблюдается оценочная двойственность в представлении Китая. Стереотипы о Китае оказываются преимущественно положительными: процветающая экономика, политическая независимость, древние традиции. Отрицательную оценку получает низкое качество производимых в Китае товаров, жестокость политических мер, коррумпированность чиновников.

Изучение процессов формирования стереотипного образа Китая, создаваемого российскими СМИ, помогает определить место и роль этой страны в матрице представлений граждан России.

Источники и принятые сокращения

1. *Ефремова Т. Ф.* Современный толковый словарь русского языка : в 3-х томах. / Под ред. Т. Ф. Ефремовой. — Москва : Астрель : АСТ, 2006. — Т. 2. — 1160 с.
2. *Интегрум* [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://aafnet.integrum.ru>.
3. *Китай GO* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://chinarussia.info/2018/01/08/kitaj-borba-s-korruptciej-dragonovskimi-metodami-10-000-chinovnikov-rasstrelyany/>.
4. *Движение* за настоящий социализм [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://cccp-2.ru/the-news/434-q-q-->.

5. ТСОШ — *Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов* / РАН Институт русского языка им. В. В. Виноградова ; под ред. Н. Ю. Шведовой. — Москва : Азбуковник, 2011. — 1175 с.

6. *Федеральная служба государственной статистики* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.gks.ru/free_doc/new_site/rosstat/smi/kuznec-SNS.pdf.

7. *Центр научной политической мысли и идеологии* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://rusrand.ru/analytics/sovetskaja-i-kitajskaja-modeli-sotsializma-vzgljad-iz-kitaja>.

Литература

1. *Агеев В. С.* Психологическое исследование социальных стереотипов / В. С. Агеев // Вопросы психологии. — 1986. — № 1. — С. 95—101.

2. *Алефиренко Н. Ф.* Языковые стереотипы русского этнокультурного пространства / Н. Ф. Алефиренко // Przegląd Wschodnioeuropejski. — Олыштын : Центр исследований Восточной Европы Варминско-Мазурского университета, 2010. — № 1. — С. 405—424.

3. *Андреев Э. М.* СМИ и реформирование России / Э. М. Андреев // Социально-политический журнал. — 1996. — № 4. — С. 34—35.

4. *Бадараев Б. Д.* О математических основах 12-летнего звериного цикла в Китае и Центральной Азии / Б. Д. Бадараев, Г. С. Ошорова, М. С. Тумурова // Общество и государство в Китае : 8-я научная конференция : тезисы и доклады. — Москва : Наука, 1977. — С. 217—228.

5. *Бартми́нский Е.* Языковой образ мира : очерки по этнолингвистике / Е. Бартми́нский ; перевод с польского ; сост. и отв. ред. С. М. Толстая. — Москва : Индрик, 2005. — 527 с.

6. *Викторова Л. Л.* Монголы : происхождение народа и истоки культуры / Л. Л. Викторова. — Москва : Наука, 1980. — 225 с.

7. *Джарылгасинова Р. Ш.* Календарные обычаи и обряды пародов Восточной Азии : Новый год / Р. Ш. Джарылгасинова, М. В. Крюков. — Москва : Наука, 1985. — 264 с.

8. *Ду Цюаньбо.* Жанрово-стилистическое своеобразие имиджа Китая в российских интернет-СМИ / Ду Цюаньбо // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2016. — № 4(58) : в 3-х ч. — Ч. 1. — С. 12—14.

9. *Зарипов Р. И.* Метафорическое моделирование образа России в современном французском политическом дискурсе / Р. И. Зарипов. — Москва : Р. Валент, 2016. — 220 с.

10. *Кон И.* Социология личности / И. Кон. — Москва : Политиздат, 1967. — 383 с.

11. *Липпман У.* Общественное мнение / У. Липпман ; перевод с английского Т. В. Барчуновой. — Москва : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с.

12. *Михалев М. С.* «Один пояс, Один путь» как новая внешнеполитическая стратегия КНР : краткий анализ внутрикитайской дискуссии / М. С. Михалев // Контуры глобальных трансформаций : политика, экономика, право. — Москва :

Ассоциация независимых экспертов «Центр изучения кризисного общества», 2016. — № 6. — С. 88—102.

13. Николаева Т. М. Речевые, коммуникативные и ментальные стереотипы: социолингвистическая дистрибуция / Т. М. Николаева // Язык как средство трансляции культуры. — Москва : Наука, 2000. — С. 112—131.

14. Пивоварова Э. П. Уроки хозяйственной реформы в КНР / Э. П. Пивоварова // Российский экономический журнал. — Москва : Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 1997. — № 5—6. — С. 67—77.

15. Подвойский Г. Л. Феномен глобализации по-китайски и проблема евразийской интеграции / Г. Л. Подвойский // Гуманитарные науки. Вестник финансового университета. — Москва : Финансовый университет, 2017. — № 4. — С. 40—46.

16. Савелова Л. А. Семантика и прагматика русского наречия : автореферат ... доктора филологических наук : 10.02.01 / Л. А. Савелова. — Архангельск, 2009. — 46 с.

17. Сидорова О. В. Субстантивные словосочетания с наречиями на «-ски» и приставкой «по-» в современном русском литературном языке [Электронный ресурс] / О. В. Сидорова // Вестник Иссyk-Кульского государственного университета. — Каракол : ИГУ, 2013. — № 34. — Режим доступа : http://nbisu.moy.su/_ld/18/1844_IGU_Sidorova_34.pdf.

18. Сорокин Ю. А. Стереотип, штамп, клише : к проблеме определения понятий / Ю. А. Сорокин // Общение : теоретические и прагматические проблемы. — Москва : Ин-т языкознания АН СССР, 1978. — С. 45—62.

19. Сорокина О. Н. Языковая реализация образа Китая как информационной модели в средствах массовой информации США : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.04 / О. Н. Сорокина. — Владивосток, 2007. — 201 с.

20. Чанчина А. В. Этностереотипы в межкультурной коммуникации (на примере анализа анекдотов-триад) / А. В. Чанчина, К. А. Кочнова // Научный поиск. — 2015. — № 3—4. — С. 76—77.

21. Чубаров И. Г. «Один пояс — один путь» : глобализация по-китайски / И. Г. Чубаров // Мировая экономика и международные отношения. — Москва : Российская академия наук, 2017. — № 1. — С. 25—33.

22. Ши Ся. Концепт КИТАЙ в русском обыденном языковом сознании : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.01 / Ши Ся. — Москва, 2008. — 209 с.

Semantic and Pragmatic Potential of Adverb *po-kitayski* 'in Chinese' in Modern Russian Media

© Mikhaylova Olga Alekseyevna (2018), orcid.org/0000-0002-2386-7411, Doctor of Philology, professor, Department of Russian Language, General Linguistics and Speech Communication, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin (Yekaterinburg, Russia), omaih@yandex.ru.

© **Cheng Yuxiao** (程雨潇, 2018), orcid.org/0000-0002-6469-3585, PhD student, Department of Russian Language, General Linguistics and Speech Communication, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin (Yekaterinburg, Russia), 1535450093@qq.com.

The research is carried out in the context of pragmalinguistics and is devoted to the question of means of forming stereotypes in the texts of journalistic discourse. The semantics and pragmatics of the lexeme *po-kitayski* 'in Chinese' as a diagnostic language means manifesting collective stereotypical ideas about China are considered. The material for the study is the statements extracted from the modern Russian media in the electronic database Integrum. Texts about policy, state economy, Chinese cuisine and New year's holiday in China are presented. It is shown that the analyzed adverb is used in verbal and substantive word combinations with concrete and abstract nouns. The material indicates that verbal phrases characterize specific processes occurring in China. The thesis that substantial-adverbial word combinations are used to characterize or reinterpret known concepts is put forward. The article presents the results of the analysis of the contextual semantics of the adverb *po-kitayski*, which is complicated by the background features that actualize a number of typical characteristics of the Eastern state (a specific form of globalization, a special socialist model, the task of eradicating corruption at all levels, economic breakthrough, preservation of cultural traditions). In the Russian media there is an estimated duality in the representation of China. Stereotypes about China are mostly positive: a prosperous economy, political independence, ancient traditions. In particular, the low quality of goods produced in China and the cruelty of political measures receive a negative assessment.

Key words: semantics; pragmatics; adverb; stereotype; China; Russian media.

Material resources

- Dvizheniye za nastoyashchiy sotsializm*. Available at: <http://cccp-2.ru/the-news/434-q-q-->. (In Russ.).
- Efremova, T. F. (2006). *Sovremennyye tolkovyye slovar' russkogo yazyka*. Moskva: Astrel: AST, T. 2. (In Russ.).
- Federalnaya sluzhba gosudarstvennoy statistiki*. Rezhim dostupa: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/rosstat/smi/kuznec-SNS.pdf. (In Russ.).
- Integrum*. Available at: <http://aafnet.integrum.ru>. (In Russ.).
- Kitay GO*. Available at: <https://chinarussia.info/2018/01/08/kitaj-borba-s-korruptsiej-dra-konovskimi-metodami-10-000-chinovnikov-rasstrelyany/>. (In Russ.).
- Shvedova, N. Yu. (ed.). (2011). *Tolkovyye slovar' russkogo yazyka s vkhlyucheniym sve-deniya o proiskhozhdenii slov*. Moskva: Azbukovnik. (In Russ.).
- Tsentr nauchnoy politicheskoy mysli i ideologii*. Available at: <http://rusrand.ru/analytiks/sovetskaja-i-kitajskaja-modeli-sotsializma-vzglyad-iz-kitaja>. (In Russ.).

References

- Ageyev, V. S. (1986). Psikhologicheskoye issledovaniye sotsialnykh stereotipov. *Voprosy psikhologii*, 1: 95—101. (In Russ.).

- Alefrenko, N. F. (2010). *Yazykovye stereotipy russkogo etnokulturnogo prostranstva. Przegląd Wschodnioeuropejski*. Olshtyn: Tsentr issledovaniy Vostochnoy Evropy Varminsko-Mazurskogo universiteta, 1: 405—424. (In Russ.).
- Andreev, E. M. (1996). SMI i reformirovaniye Rossii. *Sotsialno-politicheskiy zhurnal*, 4: 34—35. (In Russ.).
- Badaraev, B. D., Oshorova, G. S., Tumurova, M. S. (1977). O matematicheskikh osnovakh 12-letnego zverinogo tsikla v Kitae i Tsentralnoy Azii. In: *Obshchestvo i gosudarstvo v Kitae: Vosmaya nauchnaya konferentsiya*. Moskva: Nauka. 217—228. (In Russ.).
- Bartminskiy, E. (2005). *Yazykovoy obraz mira: ocherki po etnolingvistike*. Moskva: Indrik. (In Russ.).
- Chanchina, A. V., Kochnova, K. A. (2015). Etnostereotipy v mezhkulturnoy kommunikatsii (na primere analiza anekdotov-triad). *Nauchnyy poisk*, 3—4: 76—77. (In Russ.).
- Chubarov, I. G. (2017). “Odin poyas odin put’”: globalizatsiya po-kitayski. In: *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnyye otnosheniya*. Moskva: Rossiyskaya akademiya nauk, 1. 25—33. (In Russ.).
- Dzharylgasinova, R. Sh., Kryukov, M. V. (1985). *Kalendarnyye obychai i obryady parodov Vostochnoy Azii. Novyy god*. Moskva: Nauka. (In Russ.).
- Kon, I. (1967). *Sotsiologiya lichnosti*. Moskva: Politizdat. (In Russ.).
- Lippman, U. (2004). *Obshchestvennoye mneniye*. Moskva: Institut Fonda «Obshchestvennoye mneniye». (In Russ.).
- Mikhalev, M. S. (2016). «Odin poyas, Odin put’» kak novaya vneshnepoliticheskaya strategiya KNR: kratkiy analiz vnutrikitayskoy diskussii. *Kontury globalnykh transformatsiy: politika, ekonomika, pravo*, 6: 88—102. (In Russ.).
- Nikolaeva, T. M. (2000). Rechevye, kommunikativnyye i mentalnyye stereotipy: sotsiolingvisticheskaya distributsiya. In: *Yazyk kak sredstvo translyatsii kultury*. Moskva: Nauka. 112—131. (In Russ.).
- Pivovarova, E. P. (1997). Uroki khozyaystvennoy reformy v KNR. *Rossiyskiy ekonomicheskiy zhurnal*, 5—6: 67—77. (In Russ.).
- Podvoyskiy, G. L. (2017). Fenomen globalizatsii po-kitayski i problema evraziyskoy integratsii. *Gumanitarnye nauki. Vestnik finansovogo universiteta*, 4: 40—46. (In Russ.).
- Savelova, L. A. (2009). *Semantika i pragmatika russkogo narechiya: avtoreferat... doktora filologicheskikh nauk*. Arkhangelsk, (In Russ.).
- Shi Sya. (2008). *Kontsept KITAY v russkom obyennom yazykovom soznanii: dissertatsiya... kandidata filologicheskikh nauk*. Moskva. (In Russ.).
- Sidorova, O. V. (2013). Substantivnyye slovosochetaniya s narechiyami na «-ski» i prstavkoy «po-» v sovremennom russkom literaturnom yazyke. *Vestnik Issykh-Kulskogo gosudarstvennogo universiteta*, 34. Available at: http://nbisu.moy.su/_ld/18/1844_IGU_Sidorova_34.pdf. (In Russ.).

- Sorokin, Yu. A. (1978). Stereotip, shtamp, klishe: k probleme opredeleniya ponyatij. In: *Obshcheniye: teoreticheskiye i pragmaticheskiye problemy*. Moskva: In-t yazykoznaniya AN SSSR. 45—62. (In Russ.).
- Sorokina, O. N. (2007). *Yazykovaya realizatsiya obraza Kitaya kak informatsionnoy modeli v sredstvakh massovoy informatsii SShA: dissertatsiya... kandidata filologicheskikh nauk*. Vladivostok. (In Russ.).
- Tsyuanbo, Du. (2016). Zhanrovo-stilisticheskoye svoebraziye imidzha Kitaya v rossiyskikh internet-SMI. *Filologicheskoye nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 4 (58) / 1: 12—14. (In Russ.).
- Viktorova, L. L. (1980). *Mongoly. Proiskhozhdeniye naroda i istoki kultury*. Moskva: Nauka. (In Russ.).
- Zaripov, R. I. (2016). *Metaforicheskoye modelirovaniye obraza Rossii v sovremennom frantsuzskom politicheskom diskurse*. Moskva: R. Valent. (In Russ.).