



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2021. Т. 21, вып. 3. С. 254–260

Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism, 2021, vol. 21, iss. 3, pp. 254–260

<https://bonjour.sgu.ru>

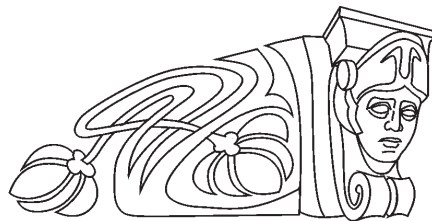
<https://doi.org/10.18500/1817-7115-2021-21-3-254-260>

Научная статья

УДК 811.111'37

Фразеологизмы как средство создания образа Китая в англоязычном медийном дискурсе

Т. П. Филичкина



Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации, Россия, 302015, г. Орёл, ул. Приборостроительная, д. 35

Филичкина Татьяна Петровна, кандидат филологических наук, сотрудник Академии ФСО России, filitchkina_orel@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9471-6004>

Аннотация. Статья посвящена вопросу использования фразеологизмов для создания образа Китая в англоязычном медийном дискурсе. Оценочность идиом определяется путем дискурсивного анализа, учитывающего экстралингвистические, лингвистические и когнитивные факторы. Субъективные модальности в семантике определяют тональность фразеологизмов и показывают механизм манипулирования общественным мнением в медийном дискурсе.

Ключевые слова: фразеологизм, медийный дискурс, дискурсивный анализ, модальность, семантика

Для цитирования: Филичкина Т. П. Фразеологизмы как средство создания образа Китая в англоязычном медийном дискурсе // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2021. Т. 21, вып. 3. С. 254–260. <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2021-21-3-254-260>

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Idioms as a means of creating the image of China in the English language media discourse

T. P. Filichkina

Academy of the Federal Guard Service of the Russian Federation, 35 Priborostroitelnaya St., Orel 302024, Russia

Tatyana P. Filichkina, filitchkina_orel@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9471-6004>

Abstract. The article deals with the application of phraseological units in describing China in the English language media discourse. The evaluation in idioms is determined by means of discourse analysis which takes into account extra-linguistic, linguistic and cognitive factors. Subjective modalities specify the evaluative potential of idioms and show the mechanism of manipulating public opinion in the media discourse.

Keywords: idiom, media discourse, discourse analysis, modality, semantics

For citation: Filichkina T. P. Idioms as a means of creating the image of China in the English language media discourse. *Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism*, 2021, vol. 21, iss. 3, pp. 254–260 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2021-21-3-254-260>

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Современные средства массовой информации считают четвертой властью. На страницах прессы создаются и разрушаются образы государственных деятелей, политических партий и целых стран. Изучение функционирования фразеологических единиц в информационном пространстве остается одним из актуальных направлений в медиалингвистике. В идиомах содержатся оценки, которые широко используются для характеристики событий, персонажей и государств. Оценочность фразеологизмов непосредственно связана с субъективной модальностью, которая включает аксиологическую, эмотивную и деонтическую модальности. Коннотативный

(оценочный) потенциал фразеологических единиц медиатекста определяется путем проведения дискурсивного анализа.

Китай находит широкое освещение на страницах англоязычной прессы. Целью статьи является исследование оценочности семантики фразеологизмов, характеризующих Китай в англоязычном медийном дискурсе. Новизна исследования состоит в попытке показать механизм использования коннотативного потенциала идиом для создания образа страны в средствах массовой информации.

В соответствии с поставленной целью в статье решаются следующие задачи:



– представить основные положения метода дискурсивного анализа для исследования семантики фразеологических единиц;

– описать алгоритм лингвокогнитивного анализа семантики фразеологизмов для определения коннотативного потенциала с позиций субъективных модальностей;

– показать оценочность идиом, создающих образ Китая в медийном дискурсе.

Материалом для исследования послужили несколько десятков статей англоязычных медийных ресурсов, из которых были выбраны фразеологические единицы, используемые для создания образа современного Китая.

В процессе работы использовались описательный *метод*, *метод* компонентного анализа семантики идиом и *метод* дискурсивного анализа, который включает исследование экстралингвистических, лингвистических и когнитивных аспектов медиатекстов. Лингвокогнитивный анализ семантики фразеологизмов позволяет показать механизм языкового воздействия на адресата, представить коммуникативную стратегию автора и его стремление создать определенное мнение у читателя о событии, стране, политическом деятеле.

Современный человек существует в мире, который создан средствами массовой информации. Пресса является орудием манипулирования общественным сознанием. «СМИ выступают и как инструмент власти, и как орудие осуществления информационного диктата, и как способ когнитивной обработки социума и индивида с целью формирования особой картины мира»¹. Тексты СМИ, или медийные тексты, являются продуктом медийного дискурса.

В лингвистике существует множество толкований понятия «дискурс». Широко используется определение дискурса, принадлежащее Т. А. Ван Дейку: «... дискурс – это сложное коммуникативное явление, включающее кроме текста еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, установки, цели адресанта), необходимые для понимания текста»².

Исходя из вышеизложенного определения, В. З. Демьянков описывает составляющие дискурса, в которые входят «излагаемые события, их участники, перформативная информация и “не-события”, то есть а) обстоятельства, сопровождающие события; б) фон, поясняющий события; в) оценка участников события; г) информация, соотносящая дискурс с событиями»³.

В. В. Красных также акцентирует внимание на двойственной сущности дискурса и определяет его как «вербализованную речемыслительную деятельность, понимаемую как совокупность процесса и результата и обладающую как собственно лингвистическим, так и экстралингвистическим планами»⁴.

Высказываются разные мнения по поводу соотношения текста и дискурса. Как правило,

противопоставляется дискурс как динамическое явление, т. е. процесс, и текст как статическое явление, т. е. результат. Текст соотносится с системой языка, а дискурс – это речевое действие.

В нашем исследовании мы будем придерживаться определения медиадискурса Т. Г. Добросклонской, которая представляет его как совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия⁵. Необходимо отметить, что информация в современных медиатекстах представлена в виде презентаций «отражение», «реконструкция» и «миф», из которых наиболее объективной является «отражение». В «реконструкции» факты действительности интерпретируются и оцениваются. Презентация «миф» – это образ события, как правило, далекий от реальности. Целью «мифа» является оказать давление на адресата, создать определенное восприятие происходящих событий для достижения политических целей⁶.

Фразеологические единицы играют особую роль в медиадискурсе. Идиомы вызывают яркие ассоциации, апеллируют к эмоциям и способствуют созданию образа события, персонажа, страны, поскольку они оценочно маркированы. Оценочность фразеологизмов определяется с помощью дискурсивного анализа, который предполагает учет экстралингвистических, лингвистических и когнитивных факторов. К экстралингвистическим факторам относится информация о текущих и предшествующих событиях, представленных в медиатексте, сведения об идеологической направленности источника публикации, о взглядах автора текста. Лингвистический анализ включает исследование семантики лексико-фразеологического состава медийного текста. Когнитивный анализ определяет коммуникативную стратегию, намерение автора создать у читателя положительный или отрицательный образ события, персонажа или целого государства. Лингвистический и когнитивный анализ взаимосвязаны, поскольку автор использует лексические и фразеологические единицы для оценки фактов действительности и формирования определенного восприятия у читателя.

Семантика фразеологических единиц содержит различные коннотации. Коннотацию Ю. Д. Апресян определяет как «несущественные, но устойчивые признаки выражаемого понятия, которые воплощают принятую в данном языковом коллективе оценку соответствующего предмета или факта действительности»⁷. Коннотации в семантике идиом представлены различными модальностями. В лингвистике рассматривают два вида модальности. Объективная модальность определяет отношение высказывания к действительности. Субъективная модальность – это отношение к содержанию высказывания. Для исследования коннотативного потенциала фразеологизмов медиатекстов инте-



рес представляет субъективная модальность, в которой выделяют аксиологическую, эмотивную и деонтическую модальность.

Аксиологическая модальность включает рациональную оценку события или персонажа, которую можно определить с помощью когнитивно-модальных операторов «считай, что хорошо, нейтрально, плохо».

Эмотивная модальность содержит эмоциональную оценку действительности. Эмоциональная оценка связана с образностью идиом. По мнению В. Н. Телия, эмотивность является не только эмоциональной реакцией на образ, лежащий в основе значения, но и результатом интерпретации образного основания в пространстве установок культуры. Гармония с этими установками представлена в виде чувств-отношений одобрения, а дисгармония – в диапазоне неодобрения (презрения, осуждения, пренебрежения, уничтожения и т. п.)⁸. Эмотивная модальность устанавливается с использованием когнитивно-модальных операторов «испытай осуждение, одобрение, порицание, отсутствие эмоций».

Деонтическая модальность – это оценка соответствия или несоответствия действия или состояния нормам социума. Деонтическая модальность представляет нормативную картину мира сообщества и определяется, применяя когнитивно-модальные операторы «соотнеси с тем, что разрешено, запрещено, следует»⁹. Деонтические нормы включают правовые, этические, моральные. К ним относятся также нормы межгосударственных отношений.

Необходимо отметить, что модальность (оценочность) семантики фразеологизмов в медиатексте часто зависит от контекста и экстралингвистических факторов. Контекстуальные оценки могут не совпадать со словарным коннотативным значением идиомы. Интерпретация содержания всего медиатекста возможна с помощью проведения дискурсивного анализа, т. е. с учетом всех вышеизложенных факторов.

В статье предполагается рассмотреть, как современный Китай представлен в англоязычном медийном дискурсе, а также определить роль фразеологических единиц, используемых для характеристики страны.

Китай – древнейшая цивилизация и культура. За последние четыре десятка лет Поднебесная превратилась из страны третьего мира во вторую, а по некоторым показателям – в первую экономику мира, имеет гигантские валютные резервы и огромный потенциал развития. Но в середине XIX в. Китай находился под протекторатом Великобритании, являлся фактически полуколонией. И сейчас некоторые западные страны пытаются препятствовать поступательному развитию Китая.

Конфуцианство как философское, религиозное и этическое учение регламентирует все сферы жизни китайцев: семейные отношения,

государственно-административное устройство, нормы межличностного общения. Для учения Конфуция характерны строгий рационализм, который ставит на первое место государственную пользу, и преобладание общих интересов над личными. Именно эта религиозно-философская система определяет современные взгляды китайцев на мир, на международное сотрудничество, на глобальные проблемы. Сегодняшнее процветание Китая основывается на знаниях и упорном труде его жителей.

В статье английской газеты *The Telegraph* *China's refuses to play the Good Samaritan* (29 октября 2011 г.)¹⁰ встречается ряд фразеологических единиц, которые характеризуют действия Китая после экономического кризиса 2008 г. 2011 год – это третий год финансового кризиса. Европа восстанавливается после экономических потрясений, нуждается в средствах, ищет источники финансирования и надеется на помощь Китая. Но богатый Китай прагматичен и осторожен. Руководство Поднебесной защищает государственные интересы, ничего не делает в ущерб своей стране.

Страны Европы надеялись на финансовую помощь Китая. Но представитель министерства иностранных дел Китая, совершивший турне по странам Евросоюза, не увидел никаких признаков кризиса в Европе. С точки зрения чиновника, есть просто проблемы отдельных людей, чье благосостояние незначительно ухудшилось.

An editorial published by the state-run Xinhua news agency this week warned tartly that China and other emerging economies were not the "EU's Good Samaritans", and that in the end, "the EU has to pull itself out of the crisis".

В заголовке и в тексте статьи встречается выражение *the Good Samaritan*, которое имеет значение «бескорыстно помогать другим». Добрый самаритянин – это «добросердечный, снисходительный, милосердный человек; равнодушный гражданин; тот, кто помогает незнакомцам в беде; тот, кто помогает бедным и нуждающимся»¹¹.

Согласно библейской притче, иудеи считали самаритян людьми низшего сословия. Однажды еврей шел в Иерихон. По пути разбойники его ограбили и оставили полуживого умирать. Избитый еврей долго лежал на оживленной дороге, но никто из его единоверцев не бросился помогать ему. Только проходивший мимо самаритянин омыл и перевязал ему раны, отвез в гостиницу, заплатил за проживание и уход за больным.

В данном контексте нежелание быть добрым самаритянином для Европы, т. е. оказывать безвозмездную помощь, не содержит отрицательной оценки (аксиологическая модальность). Хорошо быть равнодушным и милосердным среди людей, безвозмездно помогать всем, но в современном мире помощь странам оказывается, как правило, на взаимовыгодной основе. Китай в



силу своего национального менталитета ставит свои экономические интересы выше «страданий» Европы в период рецессии. Решение Китая не спасать бескорыстно страны ЕС не вызывает осуждения с точки зрения эмотивной модальности. Европа должна сама прикладывать усилия и выходить из кризиса. Согласно деонтическим нормам, руководители страны должны в первую очередь отстаивать государственные интересы на международной арене. Философия Китая заключается в следующем: «не проси помощи на стороне, обратись к себе».

Современный Китай существует в состоянии постоянного кризиса. Это – непрекращающиеся социальные беспорядки в ряде провинций страны, серьезные экологические проблемы, крупнейшая в истории миграция населения из сельской местности в города. Страна находится в отчаянной гонке, чтобы прокормить растущее колоссальными темпами население. На этом фоне проблемы изнеженной Европы кажутся руководством Китая несущественными.

So set against these challenges, the crisis facing a French teacher who might now have to retire at 62, or the prospect of a few years of stagnant growth in the eurozone doesn't have China's leadership racing to man the pumps on Europe's behalf.

Фразеологизм *to man the pumps* означает «поставить людей к насосам, сильно напрягаться»¹². Можно представить ситуацию, когда в трюм корабля поступает вода, вся команда становится к насосам и откачивает ее, чтобы спасти корабль. Это большие усилия и большое напряжение сил.

В данном медиатексте эта идиома употребляется для обозначения того, что кризис в Европе не заставит руководство Китая «напрягаться», тратить свои деньги для спасения стран Евросоюза в период экономического спада. Китай не будет жертвовать своими ресурсами, никому не будет помогать в ущерб своим интересам. С точки зрения лингвокогнитивного анализа аксиологическая оценка во фразеологизме находится в данном контексте на отрицательном полюсе, поскольку «плохо» напрягаться ради других стран, это вызывает осуждение (эмоциональная оценка). Следует думать в первую очередь об интересах своего государства и трудиться для его блага, что соответствует нормам любого социума (деонтическая модальность).

As one diplomat in Beijing gloomily put it, the Chinese will "milk the situation for all it's worth", doing all it can to present its economically-motivated investments as an act of pained generosity.

Образное фразеологическое выражение *to milk the situation for all it's worth* значит «извлекать выгоду из ситуации по полной программе, использовать ситуацию на полную катушку для получения выгоды»¹³.

Данное выражение характеризует Китай как прагматичного участника событий. Руководство Поднебесной станет инвестировать деньги в эконо-

номику других стран только для получения прибыли и усиления своего влияния, причем это будет представлено как акт невероятной щедрости.

С точки зрения модальностей извлечение прибыли из инвестиций положительно оценивается (когнитивно-модальный оператор «хорошо»), это поощряется в экономике (когнитивно-модальный оператор «одобрение») и считается нормой в рыночной экономике (деонтическая модальность). Но пользоваться сложным экономическим положением стран в период кризиса не совсем «хорошо», это осуждается и не соответствует нормам межгосударственных отношений. Китай слишком прагматичен, а прагматиков в мире никто не любит.

В редакционной статье газеты *The Guardian The Guardian view on China: Unease at home and abroad* (19 августа 2018 г.)¹⁴ используется ряд фразеологизмов для характеристики Китая, проблем внутри страны и на международной арене. Наряду с внутренними вызовами (коррупция, бюрократия) в 2018 г. обострилась торговая война между США и Китаем. США планируют обложить китайские товары дополнительными пошлинами. Это сложный период для руководства Поднебесной.

Donald Trump's tariffs have rattled nerves in Beijing, already unsettled by the slowing economy.

The question is whether he (Xi Jinping) will retain the same leeway in pursuing his course as his nation enters choppy waters.

To rattle nerves – волновать, действовать на нервы, щекотать нервы, вызывать беспокойство¹⁵.

Решение США ввести дополнительные пошлины вызывает беспокойство в Китае. Состояние нервозности и тревоги оценивается отрицательно (аксиологическая модальность), вызывает осуждение, если кто-то или что-то действует на нервы (эмотивная модальность). Это не считается нормой (деонтическая модальность).

Choppy waters – бурные воды, беспокойный период, неустойчивый период¹⁶.

Лингвокогнитивный анализ семантики фразеологизма показывает, что сейчас для Китая наступил сложный период: обострилась ситуация в ряде провинций, осложнились отношения с западным миром. С точки зрения рациональной оценки это плохо для развития государства, но такие периоды случаются в истории и их нельзя избежать (эмотивная и деонтическая модальности находятся на отрицательном полюсе оценочной шкалы).

В свое время один из ведущих политиков и инициатор экономических реформ Китая Дэн Сяопин выдвинул принцип развития страны «скрывать свои успехи и ждать своего часа». Современный руководитель государства Си Цзиньпин считает, что стране пора выходить на международную арену, заявлять о себе, отстаивать свои права и вносить свой вклад в развитие мирового сообщества.



*Less than a year ago, Mr Xi spoke of a new era which would see China moving "closer to centre stage and making greater contributions to mankind", in a decisive break with the long-held maxim that the country should **hide its light and bide its time**.*

To hide one's light – быть излишне скромным, скрывать свой ум и талант, умалять свои достоинства, зарывать талант в землю¹⁷.

To bide one's time – ждать благоприятного момента, ожидать удобного случая, не торопить события, занимать выжидательную позицию, ждать своего часа¹⁸.

Скромность вызывает положительную оценку, одобряется в обществе и не противоречит нормам, т. е. модальности находятся на положительном полюсе. Но наступает время, когда нужно продемонстрировать свои достижения, заявить о своих намерениях и целях. Это правильно и хорошо, это поощряется и соответствует нормам социума. Именно такой момент наступил для Китая.

Бурное развитие, накопленные силы и ресурсы позволяют Поднебесной заявить о себе в мировом сообществе. У Китая есть амбиции влиять на состояние глобальной экономики и политики, а также есть соответствующий потенциал. Руководство страны проводит активную международную политику, китайские компании осуществляют экономическую экспансию во многих странах мира. Это вызывает беспокойство у США и ЕС, поскольку они видят в Китае серьезного конкурента.

Британская газета The Guardian в статье *We must stand up to China's abuse of its Muslim minorities* (31 октября 2019 г.)¹⁹ обвиняет Китай в нарушении прав человека, в притеснении религиозных меньшинств в провинции Синьцзян и в Тибете. Руководство коммунистической партии считает, что в стране должен быть приоритет партийной идеологии и все, что угрожает ей, должно усмиряться или уничтожаться. Цель – насаждение политики китаизации на всей территории страны, подавление инакомыслия.

Any religion or ideology that recognizes a higher power than the party is a threat that must be brought to heel or eliminated. Political and cultural conformity must be enforced at all costs.

To bring to heel – подчинить, покорить, усмирить, подавить, поставить на колени, прижать к ногтю, заставить подчиняться, заставить повиноваться. Идиома произошла от команды собаке следовать за своим хозяином²⁰.

Рациональная оценка в семантике данной идиомы отрицательная (аксиологическая модальность). Подавление всегда вызывает осуждение (эмотивная модальность). Насильственное принуждение к каким-либо действиям не соответствует нормам общества (деонтическая модальность). Страны Запада осуждают Китай за его политику в отношении национальных меньшинств. Автор статьи призывает страны мира не

оставаться безразличными и реагировать на репрессию Китая внутри страны.

The international community cannot turn a blind eye to what is unfolding in Xinjiang, Tibet, Ningxia and throughout the rest of China.

To turn a blind eye – не реагировать, повернуться спиной, проявить безразличие, смотреть сквозь пальцы, безучастно взирать, закрыть глаза, игнорировать²¹.

Оценки данного фразеологизма находятся на отрицательном полюсе, т. е. «плохо» не реагировать на насилие и репрессии, это осуждается и не соответствует нормам. Но с другой стороны, государство должно себя защищать, не допускать беспорядков. США и страны Европы часто остро реагируют на действия правительств в других странах, если эти действия не соответствуют критериям коллективного Запада. Сами же часто нарушают права своих граждан и подавляют инакомыслие у себя в стране.

В статье The Guardian *'Amazing deal' or 'capitulation'? Why the US-China trade truce may not last* (15 декабря 2019 г.)²² описывается торговая война между Китаем и США, которая началась в 2018 г. и закончилась временным перемирием. Пекин пошел на некоторые уступки. Согласно достигнутой договоренности Китай должен будет провести определенные реформы, а Вашингтон снизит тарифы на китайские товары. Фактически это война между двумя экономическими моделями. США пытаются препятствовать экономической экспансии Китая. В статье китайскую компанию Huawei, которая планирует поставлять в Европу технологию 5G, телекоммуникационный стандарт нового поколения, называют «тройским конем» для европейских стран. США считают компанию конкурентом американским компаниям.

It is now not only a battle over trade and intellectual property, but also one about the future of the rules-based system of international trade and which economic model will prevail. ... Washington's fears about technology company Huawei acting as a Trojan horse in western economies...

A Trojan horse – скрытая опасность, обман²³.

По легенде, осада Трои продолжалась десять лет. Тогда данайцы решили обмануть неприятеля. Они изготовили огромного деревянного коня, спрятали туда своих воинов, а сами ушли от стен города, оставив коня как подарок богине Афине. Троянцы решили, что война закончилась, а враг отступил. Коня привезли в город, а ночью данайцы выбрались из него и открыли ворота города. Так пала Троя. В переносном смысле «тройский конь» – это тайный коварный замысел, способ проникнуть во враждебную область, дар врагу с целью его уничтожить.

Лингвокогнитивный анализ данного фразеологизма позволяет сделать вывод, что «плохо» строить коварные замыслы против кого-либо (аксиологическая модальность), это не одобря-



ется (эмотивная модальность) и не считается нормой (деонтическая модальность). В данной статье автор пытается создать отрицательный образ Китая, обвинить его в тайных намерениях нанести вред странам Запада, что не имеет доказательств и не соответствует действительности. Китай, безусловно, использует свои ресурсы, свои технологии и компании как «мягкую силу» (soft power) для усиления своего влияния в странах Запада, для продвижения своей продукции и получения прибыли.

Интернет-сайт AllAfrica публикует новости политики, экономики, культуры африканского континента. В статье *Nigeria: How China Is Exploiting Nigeria With Greek Gifts, Economic Sabotage* (4 августа 2019 г.)²⁴ дается представление об экономической экспансии Китая в Африке.

In Nigeria and across Africa, Chinese investments evoke and provoke widespread suspicion of a new form of colonialism as well as praise, but for the most part, their coming and stay, attract undue attention, privileges whilst they flout existing operational guidelines and prevailing business principles by hook or by crook.

Бурно развивающемуся Китаю требуются сырьевые ресурсы и рынки сбыта. Африканский континент находится в фокусе внимания Поднебесной. Китайские компании вкладывают миллиарды долларов в африканские проекты для получения собственной прибыли. Это новая форма колонизации континента и эксплуатации людей. В своей коммерческой деятельности Китай преследует собственные интересы, часто пренебрегает существующими в других странах правилами и законами, добиваясь своих целей любыми средствами.

By hook or by crook – во что бы то ни стало; всеми правдами и неправдами; не мытьём, так катаньем; любым путем; всеми возможными средствами²⁵.

Стремление Китая достигать своих целей любой ценой вызывает отрицательную оценку (аксиологическая модальность). Игнорирование интересов других стран осуждается в мировом сообществе (эмотивная модальность). Такие действия не считаются нормой в международных отношениях (деонтическая модальность). Но в бизнесе и в политике нет места нравственным принципам.

В статье одного из крупнейших международных агентств информации и новостей Associated Press *In India, top US diplomat calls China 'elephant in the room'* (13 октября 2020 г.)²⁶ Китай представляется как «раздражающий фактор» в Юго-Восточной Азии. В территориальном споре Индии и Китая США поддерживают индусов, поставляют им оружие. Спорные острова в Южно-Китайском море являются источником конфликта между Поднебесной и рядом стран региона. Китай наращивает в районе свое военное присутствие. Военная активность Пекина вызывает серьезное беспокойство США.

A top U. S. envoy speaking in New Delhi has called China "an elephant in the room" and said Washington is keen to advance India's interests across the Indo-Pacific region.

An elephant in the room – основная проблема; главный вопрос на повестке дня; большой вопрос; раздражающий фактор; острая, тщательно избегаемая тема; головная боль²⁷.

С точки зрения представителя США, политика Китая в Юго-Восточной Азии является огромной проблемой и вызывает негативную оценку (аксиологическая модальность). Действия Поднебесной в регионе вызывают неодобрение в некоторых странах (эмотивная модальность). Нормы права предусматривают соблюдение международных договоров и статус-кво (деонтическая модальность).

При дискурсивном анализе данного текста следует учитывать внелингвистические факторы. Соединенные Штаты пытаются препятствовать росту экономической мощи и политического влияния Китая, ведут торговую войну с Пекином, считают его основным геополитическим противником. Цель данной статьи – создать негативный образ страны, вызвать отрицательные эмоции и оправдать санкции и другие действия США в отношении Китая как нарушителя международных норм.

В статье рассматривается применение метода дискурсивного анализа для определения коннотативного потенциала фразеологических единиц в англоязычном медийном дискурсе. Исследуемые тексты представляют собой презентации «реконструкцию» и «миф», в которых создается не всегда объективный образ Китая. Образность идиом в медийных текстах вызывает определенные оценки и эмоции у читателя при восприятии Поднебесной.

Дискурсивный анализ медийного текста следует проводить с учетом как лингвистических, так и экстралингвистических аспектов, которые являются условиями его актуализации. Лингвокогнитивный анализ модальностей в семантике идиом позволяет сделать вывод о том, как характеризуется страна в англоязычном информационном пространстве.

В англоязычном медийном дискурсе Китай представлен государством, которое стремится завоевать место под солнцем, осознает свою экономическую мощь и возможности и не боится бросить вызов странам-конкурентам, таким как США. В то же время руководители Китая всегда отстаивают государственные интересы, заботятся о благополучии своей страны. Лингвокогнитивный анализ идиом в медиатекстах позволяет представить особенности менталитета китайцев, в основе которого лежат идеи конфуцианства с его приоритетом общественной пользы над личной.

Современный Китай обладает гигантским промышленным и интеллектуальным потенциалом, становится мировым лидером и стремится



влиять на международные события. Страна находится в состоянии торговой войны с США. Но война и торговля – это две стороны одной сущности. Китай в данном случае идет на разумные компромиссы, постепенно расширяет сферу своего влияния с помощью «мягкой силы», способствует экспансии своих компаний в различных регионах мира.

Идиомы характеризуют Китай как целеустремленное и прагматичное государство. Западные СМИ акцентируют внимание на внутренних проблемах Китая, на авторитарном режиме страны, представляют Поднебесную как опасного игрока на международной арене, который бросает вызов конкурентам. В своей глобальной политике Пекин не считается с интересами других стран, часто нарушая общепринятые международные правила и нормы. США видят в Китае серьезного соперника, пытаются изобразить его как угрозу мировому сообществу. Но Поднебесная уверенно идет к поставленной цели – стать первой экономикой мира и самым влиятельным государством на планете.

Предложенный метод дискурс-анализа позволяет определить модальность фразеологизмов и, следовательно, механизм манипулирования общественным сознанием читателей, используя коннотативный потенциал лексико-фразеологического фонда языка в медийном пространстве.

Примечания

- 1 Современный медиатекст : учеб. пособие / отв. ред. Н. А. Кузьмина. 3-е изд., стер. М. : Флинта, 2014. С. 15.
- 2 Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация : сб. работ / сост. В. В. Петрова ; пер. с англ. под ред. В. И. Герасимова ; вступ. ст. Ю. Н. Караулова, В. В. Петрова. М. : Прогресс, 1989. С. 8.
- 3 Демьянков В. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста. Вып. 2. Методы анализа текста. М. : Всесоюзный центр переводов, 1982. С. 7. (Тетради новых терминов № 39).
- 4 Красных В. «Свой» среди «чужих» : миф или реальность? М. : Гнозис, 2003. С. 13.
- 5 См.: Добросклонская Т. Медиалингвистика : системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь) : учеб. пособие. М. : Флинта ; Наука, 2008. С. 153.
- 6 См.: Филочкина Т. Идеологическая модальность фразеологизмов в англоязычном политическом дискурсе // Вестник Брянского государственного университета. Исторические науки и археология, литературоведение, языковедение, педагогические науки. 2017. № 2 (32). С. 260.

- 7 Апресян Ю. Избранные труды : в 2 т. Т. 2. Интегральное описание и системная лексикография. М. : Школа языка русской культуры, 1995. С. 159.
- 8 См.: Телия В. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М. : Языки русской культуры, 1996. С. 232.
- 9 См.: Филочкина Т. Деонтические нормы в семантике фразеологических единиц русского и английского языков (на материале глагольных фразеологизмов, содержащих наименования головных уборов) : дис. ... канд. филол. наук. Орел, 2006. С. 65.
- 10 См.: China's refuses to play the Good Samaritan. URL: <https://www.telegraph.co.uk/finance/financialcrisis/8857499/Chinas-refuses-to-play-the-Good-Samaritan.html> (дата обращения: 23.10.2020).
- 11 Словарь Мультигран : электронный словарь. URL: <https://yandex.ru/search/?text=multigran.ru&lr=10> (дата обращения: 12.04.2020).
- 12 Там же.
- 13 Там же.
- 14 См.: The Guardian view on China : Unease at home and abroad. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/aug/19/the-guardian-view-on-china-unease-at-home-and-abroad> (дата обращения: 22.01.2020).
- 15 Словари и энциклопедии на Академике. URL: <https://translate.academic.ru/rattle%20nerves/ru/xx/> (дата обращения: 13.04.2020).
- 16 Словарь Мультигран : электронный словарь.
- 17 Словари и энциклопедии на Академике.
- 18 Словарь ABBYY Lingvo x5 : электронный словарь.
- 19 См.: We must stand up to China's abuse of its Muslim minorities. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/oct/31/china-ughurs-muslims-religious-minorities-marco-rubio> (дата обращения: 10.04.2020).
- 20 Словарь Мультигран : электронный словарь.
- 21 Там же.
- 22 См.: 'Amazing deal' or 'capitulation'? Why the US-China trade truce may not last. URL: <https://www.theguardian.com/business/2019/dec/15/amazing-deal-or-capitulation-why-the-us-china-trade-truce-may-not-last> (дата обращения: 10.04.2020).
- 23 Словарь Мультигран : электронный словарь.
- 24 См.: Nigeria : How China Is Exploiting Nigeria With Greek Gifts, Economic Sabotage. URL: <https://allafrica.com/stories/201908050046.html> (дата обращения: 10.04.2020).
- 25 Словарь Мультигран : электронный словарь.
- 26 См.: In India, top US diplomat calls China 'elephant in the room'. URL: <https://apnews.com/article/india-new-delhi-china-archive-f0c2cb068e962d90be442ea80745961f> (дата обращения: 20.10.2020).
- 27 Словарь Мультигран : электронный словарь.

Поступила в редакцию 24.01.2021, после рецензирования 12.04.2021, принята к публикации 24.04.2021
Received 24.01.2021, revised 12.04.2021, accepted 24.04.2021