

## **Языковые средства демонизации образа Китая в российских СМИ**

© Ши Ся (Китай), 2007

В СМИ и в общественно-политических дискуссиях в целом сейчас активно используется слово «демонизация», в том числе по отношению к образам разных стран. Приведем несколько примеров из огромного массива цитат, демонстрирующих как неформальную межличностную коммуникацию в Интернете, так и выдержки из интервью политических деятелей, а также мнения авторов серьезных статей:

1) *Искусственное нагнетание нестабильности в мусульманском мире, демонизация Ирана используется сегодня пентагоновскими ястребами как предлог для наращивания военных расходов, ускоренной милитаризации Европы и развязывания очередного витка гонки вооружений.* (лидер КПУ Петр Симоненко <http://www.versii.com>)<sup>1</sup>

2) *Есть у автора рациональное зерно... но демонизация Америки и разговоры про Россию что мол ни причем.. незнаю, незнаю.* (форум сайта [www.censor.net.ua](http://www.censor.net.ua))

3) *И из демонизации Америки или Израиля тоже ничего хорошего не будет.* (форум «Литературной газеты» [www.forum.lgz.ru](http://www.forum.lgz.ru))

Как видим, термин «демонизация» используется в тех случаях, когда речь идет о сознательном создании устрашающего негативного образа страны или нации и мифологизации этого образа. Использование данного термина по отношению к образу Китая и китайцев также довольно активно. Известный писатель и национал-патриот А. Проханов говорит в интервью радио «Эхо Москвы»:

*Вот я по «Эхо Москвы» недавно слушал Яблокова, который страшно критиковал китайскую индустрию, китайское небрежение мировой экологией. <...> Китай действительно допустил ошибку. Их индустрия, бурно развивающаяся сумасшедшими темпами, не успевает обеспечивать среду, в которой она развивается. Это конечно большая проблема для Китая и соседних стран, включая Россию. Но я просто знаю, что сейчас эта драма используется для демонизации красного Китая. Говорят: какой*

---

<sup>1</sup> В текстах, заимствованных из Интернета, сохраняется авторская орфография и пунктуация.

*же это гигант, суперэкономический организм, он не может даже уберечь себя от техногенных аварий, катастроф. И в мировой печати это даже прослеживается. Идет демонизация Китая по этому отдельно взятому казусу.*

*(<http://www.echo.msk.ru/programs/personalno/40273/index.phtml>)*

Мы полагаем, что демонизация образа Китая в российских СМИ действительно имеет место и осуществляется, естественно, лингвистическими средствами. Прежде чем рассмотреть наиболее употребительные из них, остановимся на самом понятии «демонизация», в той его трактовке, которую дают В. Топоров и И. Сажин.

В статье «Демонизация как феномен» в «Независимой газете» (№5, май, 1999) Виктор Топоров утверждает: «Слово "демонизация" пора включать в специальные словари. Прежде всего, в политологические, но не только в них. Демонизация стала широко распространенной тактикой, обросла техникой, включила в свой репертуар разноликие сценарии. <...> Демонизацию нельзя путать с конспирологией, то есть с суммой представлений, фантазий и суеверий о наличии некоего всемирного заговора. Демонизация столь же иррациональна, но предельно конкретна: демонизируются люди, поступки, общественные организации (как существующие, так и несуществующие – в последнем случае как раз и подключается конспирология), демонизируются государства, народы, религии, не говоря уж о сектах; демонизируются идеи, понятия и ключевые слова. Демонизируются институты и практики, такие, например, как срочная служба в армии или пенитенциарная система. Демонизируются прошлое, настоящее и будущее. Демонизируются политические и иные альтернативы. Демонизируются общественные ожидания».

Говоря о демонизации этносов, Топоров не может обойтись без указания конкретных языковых средств, которые при этом используются: «Демонизация евреев уходит корнями в глубокое прошлое. Демонизация лиц кавказской национальности – примета наших дней. Но демонизируются и патриоты – как красно-коричневые, так и фашисты. Само по себе выражение “русский фашизм” – это уже демонизация...»

Главный принцип демонизации автор статьи видит в вычленении одного объекта из ряда и использовании его для запугивания: «Демонизация – это когда пугают детей. Ну не обязательно детей: можно пугать евреев. Или интеллигентов. Или допризывников. Или по большому счету кого угодно. Можно вычленить одно имя, одно понятие, одно событие из общего ряда – из объективно страшного ряда, можно рассмотреть его обособленно, феноменологически – и тем самым оно окажется демонизировано. Так, в качестве империи зла был демонизирован СССР: США не противопоставлялись ему как “империя добра”, хотя

дело чуть было не дошло и до этого; СССР, рассмотренный в отрыве от США, превратился, не мог не превратиться, в империю зла».

Опасность демонизации в том, что она «подсказывает и навязывает [неверный]<sup>2</sup> ответ на один из вечных вопросов – "кто виноват?"»

Итак, мы можем сказать, что демонизация – это определенное несоответствие между миром языка и миром реальности; это несоответствие терминов и, шире, номинаций фактам действительности; это отрыв некоторой стороны процесса или некоторого свойства предмета от целого, от общей картины и искажение оценочного плана. Демонизация – это особый способ оперирования словами и идеями, нагнетающий негатив под маской раскрытия истины. Важнейшим средством демонизации в СМИ является номинация.

Далее мы остановимся на четырех языковых способах демонизации образа Китая в современных российских СМИ:

- 1) посредством использования национального символа Китая (*дракон*);
- 2) с помощью неадекватного употребления абстрактной лексики (*экспансия*);
- 3) с помощью конкретной оценочной лексики (китайские *тряпки*);
- 4) с помощью постоянного эпитета (*хитрые* китайцы).

**Дракон** – это символ Китая. Китайцы считают себя потомками Великого дракона. Китайские драконы занимают центральное место в китайской мифологии, и место весьма позитивное. Они не отнимают у людей их богатств, они дают сокровища и воду людям.

Однако на образ китайского дракона в сознании современных россиян влияет их более близкое знакомство с драконами западноевропейскими – злыми, кровожадными, лицемерными. Дракон из европейских мифов, легенд и сказок – это огромное змееподобное чудовище с когтистыми лапами, гигантскими крыльями, покрытое чешуей, изрыгающее дым и пламя и стоящее на стороне темных сил. Одним из классических подвигов героев – Геркулеса, Сигулда, Св. Михаила, Св. Георгия – была победа над драконом. «Убить дракона» – лозунг, под которым выступают добрые силы.

Дракон же в Китае был, как правило, сам воплощением доброй силы, существом благодатным, милостивым к людям. Словарь «Шовэнь» (I век нашей эры) рассказывает о драконе следующее: «Дракон – самое длинное из чешуйчатых существ. Может скрыться, может появиться, может стать тонким, может стать огромным. <...> В день весеннего равноденствия взлетает в небо; в день осеннего равноденствия ныряет в

---

<sup>2</sup> Слова, заключенные в квадратные скобки, принадлежат автору статьи.

бездну. <...> Дракон может направлять тучи и дождь. Он вдыхает воздух и выдыхает облако». ([http://tmn.fio.ru/works/48x/307/drak\\_kyx.htm](http://tmn.fio.ru/works/48x/307/drak_kyx.htm))

Но это представление о добром и благодатном драконе отсутствует в русской языковой картине мира. На китайского дракона переносятся устрашающие признаки дракона европейского и русского Змея Горыныча. На сайтах и форумах Рунета имя «дракон» всегда сочетается со словом «страшный», «угроза», и его следует «бояться»! Красноречивый пример находим в эссе Нины Красновой «Москва рязанская», где автор пишет: *Когда я уезжала в Москву, поступать в Литературный институт, многие рязанские поэты пугали меня Литинститутом и вообще Москвой, как страшным китайским драконом или русским Змеем Горынычем или каким-то монстром.* («Наша улица», № 1-2003) (<http://krasinar.narod.ru/Krasnova-Ryazanskaya.htm>)

Если мы обратимся к статьям в российских СМИ, в которых упоминается дракон как символ Китая, то картина складывается устрашающая. Так, в статье под названием «Европа пытается остановить китайского "дракона"» (Федор Лукьянов, «Российская газета». № 3755, 26 апреля 2005 года) мы читаем:

*«Наследники "лионских ткачей" требуют принять срочные меры.*

**Европа в шоке.** После отмены пошлин на китайский текстиль с января 2005-го в странах Евросоюза ежедневно разоряется 50 фирм и предприятий легкой промышленности, закрывается около тысячи рабочих мест. По расчетам, из-за дешевого китайского импорта уже очень скоро может разориться половина всей европейской текстильной индустрии...

**Паника в Европе разразилась** после того, как "Евротат" опубликовал данные о том, к чему привела отмена пошлин и квот на китайский текстиль с января этого года.

Оказалось, что только импорт китайских пуловеров и жилетов из шерсти в Евросоюз за первые три месяца года вырос на... 893 процента, брюк – на 201, а колготок для жительниц Европы – на 1940 процентов (!). Объединение европейских текстильщиков – "Евротекс" – сразу же забило тревогу».

Европа в шоке, в Европе разразилась паника, «Евротекс» бьет тревогу, потому что на Европу напал китайский дракон! И название, и каждый абзац статьи нагнетают ощущение опасности. Каков же этот дракон и как он атакует Европу? О чем на самом деле идет

речь? Речь идет об отмене Евросоюзом пошлин и квот на китайский текстиль, а вовсе не о какой-либо спланированной со стороны Китая агрессивной акции. Тем не менее, тональность статьи вполне угрожающая. Не удивительно, ведь дракон – это страшно.

Кроме того, дракон еще и прожорлив и ненасытен, он так и норовит завладеть чужими богатствами.

*«Китайский дракон» окончательно сожрет российский автопаром, – утверждает портал [utro.ru](http://utro.ru). Аппетит китайского дракона в сталелитейной промышленности страшно тревожит украинский бизнес. (<http://ukrudprom.com>) Китайский дракон разминается перед схваткой, ненасытный аппетит китайского "дракона" заставляет взлетать цены на нефть и другое сырье. Тень китайского дракона падает на Среднюю Азию. Дракон с жутким аппетитом съел как кролика американскую нефтяную компанию, проглотил ее и не заметил.* Парадоксально, но китаец не узнает в этих заголовках и цитатах китайского дракона; это дракон европейский. Как видим, образ жадного, коварного, злобного дракона – врага людей, господствующий в европейском сознании, широко используется для демонизации образа Китая.

Таким образом, имя национального символа Китая представляет собой благодатную почву для использования его в целях демонизации образа этой страны. Напрашивается аналогия с любимым пугалом западного обывателя – русским медведем, которую мы можем подкрепить красноречивыми примерами заголовков и цитат из статей западных изданий, представленных в переводе на сайте [Иносми.ру](http://inosmi.ru):

1) *Русский медведь или китайский дракон? Не стоит упускать из виду русского медведя, но гораздо важнее сегодня следить за китайским драконом.* ("Christian Science Monitor", США, автор — Джон Хьюз (John Hughes), 11 мая 2005);

2) *Медведь обхаживает Дракона. Самый разоблачающий аспект намерений Владимира Путина <...> О возможности стратегических объятий между Медведем и Драконом говорят много лет. Обычно – с заметной долей скептицизма.* ("Corriere Della Sera", Италия, автор – Франко Вентурини (Franco Venturini), 13 января 2005).

Картина, как мы видим, рисуется драматическая для Запада: обнимающиеся медведь и дракон!<sup>3</sup> Причем, естественно, дракон рисуется в воображении западного читателя именно такой, какой знаком ему по

---

<sup>3</sup> Ср. также заголовок статьи с официального сайта Национал-большевистской партии России: «Китайский дракон у берлоги русского медведя». ([http://www.nbp-info.ru/subs/ostrova/02\\_china.html](http://www.nbp-info.ru/subs/ostrova/02_china.html))

западным книгам, фильмам и компьютерным играм, например, такой игре, в которой героический пес Скуби-Ду побеждает опасного врага – китайского дракона. О российской версии этой игры в лингвистическом плане стоит сказать особо. Если по-английски она называется «Скуби-Ду и страшный каменный дракон», то по-русски – «Скуби-Ду и китайский дракон». Интересна также аннотация к игре:

*Скуби и его команда отправляются в Китай навстречу новым приключениям! Статуя каменного дракона из Подземного Императорского Дворца ожила и теперь разрушает город. Друзья должны выяснить, кто стоит за этими событиями, и положить конец безумию.*

Дракон, разрушающий город, – это типично европейское представление о драконе.

Различие в представлениях европейцев и китайцев о драконе ведет к межкультурному непониманию.

Таким образом, встречая в российской прессе выражение «китайский дракон» для обозначения китайской угрозы, мы имеем дело одновременно с непониманием журналистами истинного значения национального символа Китая и с демонизацией образа Китая посредством использования западноевропейского представления о драконе как опасном чудовище.

Второй демонизирующей номинацией, часто применяемой по отношению к Китаю, является абстрактное имя действия – **экспансия**.

В «Толковом словаре русского языка» Д.Н. Ушакова дается следующее определение слова «экспансия»: «Расширение, распространение чего-н. за первоначальные пределы (книжн.). || Расширение границ государства путем завоеваний, а также распространение его политического и экономического влияния на другие государства (полит.)». Как мы видим, в первой части толкования, сопровождающейся пометой «книжное», нет оценочного компонента, в отличие от второй части, сопровождающейся пометой «политическое». Следует признать, что в современном русском языке слово **экспансия** употребляется обычно с негативной оценочностью. Не является исключением и применение этого слова для характеристики самых различных сторон активности Китая в мире. Идет ли речь о китайской миграции, о китайских товарах, о китайских автомобилях, о снижении пошлин на китайский текстиль в Европе, об олимпийских соревнованиях в Китае, даже о космических кораблях «Шэнь Чжоу» – всюду журналисты видят китайскую экспансию. Использование этого слова служит для демонстрации того, что любая активность Китая на международной арене (экономическая, культурная, промышленная, спортивная) опасна не только для России,

но и для всего мира. Часто слова **экспансия** получает эпитет «ползучая» и выступает в синтагматическом окружении сильнооценочных слов – угроза, напасть и т. п. Разумеется, в российских СМИ существует и другой голос, говорящий, что китайской экспансии нет и рассуждения о наличии или отсутствии китайской угрозы для России абсолютно бессмысленны, но для нас важно то, что в лингвистическом плане номинация **экспансия** является одним из лейтмотивов образа Китая в современных российских СМИ.

Так, в статье «Китайская экспансия: напасть или панацея» «Независимая газета» (06.02.2006) пишет: *Мнения по поводу **китайской экспансии** высказываются разные. Одни полагают, что речь идет об угрозе национальной безопасности. Другие утверждают, что это миф и китайцы лишь помогут России поднять экономику Дальнего Востока и заодно Сибири. Но и первые, и вторые сходятся в одном – пока что внятной государственной политики на этом фронте не наблюдается. «НГ-регионы» попыталась сделать небольшой срез проблемы «**китайской экспансии**». Заключение словосочетания «китайская экспансия» в кавычки весьма значимо, так как демонстрирует понимание автором того факта, что данное наименование носит более оценочный, чем номинативный характер, являясь скорее журналистским штампом, чем объективным отражением ситуации.*

*«Остановим китайскую экспансию!»* – так озаглавлен пресс-релиз Иркутского Регионального Отделения Национал-Большевистской Партии, следующего содержания: *«12 февраля группа иркутских национал-большевиков захватила офис Федеральной Миграционной Службы по Иркутской области (г. Иркутск, ул. Киевская, 1) в знак протеста против пособнической политики властей китайской миграции в Россию. Были мирно заняты крыша, балкон и несколько кабинетов данного ведомства. На захваченном объекте были вывешены транспаранты «Россия – не чайнатаун!», «Остановим китайскую экспансию!» и флаг НБП. Другая группа национал-большевиков в это время устроила **не-санкционированный пикет** под окнами ФМС с лозунгом “Чиновники – пособники китайцев!”». (<http://irk.nb-info.org/start.files/kitai.htm>)*

Мифологический характер китайской экспансии подчеркивается употреблением официальной советской фразеологии. Здесь мы видим и описанный в статье Топорова переход от демонизации к лозунгам, к призывам и действию.

Но это все политика – область, в которой оценочное применение термина **экспансия** традиционно и закреплено в словаре. А вот примеры из совсем иных областей. Здесь значимо соотношение заголовков и текста заметок.

1) **«Китайская экспансия»**

*Российскому фигурному катанию в пору **бить в колокола**. В самом благополучном его виде, считавшемся чуть ли не национальным достоянием, **прихватили часть Дальнего Востока и оттяпали кусок Сибири**. Китайские спортивные пары на чемпионате мира завоевали золото и серебро, а россияне не сберегли даже представительство из трех дуэтов на следующий год...*

(<http://www.rambler.ru/db/sport/msg.html?mid=9984046>)

2) **«Китайский поисковик Baidu начинает международную экспансию»**

*Китайская Интернет-компания Baidu планирует **начать международную экспансию**. Первыми в компании начнут предоставлять услуги на японском языке.*

*По словам руководителя компании Робина Ли, в начале 2007 года Baidu получит японский интерфейс и будет предоставлять различные сервисы на японском языке. Кроме того, компания намерена открыть офис в Токио (Япония).* (<http://www.advertology.ru/article39516.htm>)

3) **«Китайская экспансия становится реальным фактором на внутреннем рынке металлургической продукции»**

*Китайская экспансия становится реальным фактором на внутреннем рынке металлургической продукции. До недавнего времени китайские экспортеры, по большей части, составляли существенную конкуренцию отечественным производителям ширпотреба, бытовой электроники и одежды. В 2006 году ситуация изменилась коренным образом. К экспансии на российский рынок присоединились китайские металлурги.* (<http://www.itinvest.ru/analytics/news/akm/60053>)

Приведенные примеры показывают, что выражение **«китайская экспансия»** используется современными российскими журналистами по отношению к любому шагу Китая на международной арене, даже самому небольшому. Ср.: в заметке о «международной экспансии» китайской поисковой системы говорится всего лишь о ее выходе на японский рынок и начале индексации японских сайтов. Опасность **китайской экспансии** российские СМИ стремятся подкрепить в сознании россиян идеей конкуренции: любое достижение Китая, «прорыв» в любой области рассматривается не как успех, а как отвоевание позиций,



жизненного пространства у кого-то другого – у россиян или европейцев. Это именно та демонизация и мифологизация, о которой говорится в цитируемой ранее статье Топорова. О том, что **экспансия** и **дракон** – это две составных части одного механизма, свидетельствует параллельное использование этих номинаций в разных источниках при сообщении одной и той же новости, касающейся Китая. Так, распространение китайской поисковой системы, которое в приведенном выше примере характеризовалось как экспансия, на другом сайте обсуждается под заголовком «**Китайский дракон наращивает мускулатуру**». (<http://www.obgoni.ru>)

Можно задаться вопросом: так ли уж специфична демонизация посредством номинации «экспансия» именно для образа Китая в российских СМИ? А как, например, Америка? Анализ примеров демонстрирует, что американская *экспансия*, безусловно, присутствующая на страницах современной российской прессы, подается совершенно под другим углом. Речь ведется об экспансии страны, которой, в общественном сознании России, как бы дано право на экспансию, чья экспансия воспринимается как нечто ожидаемое, более как расширение своих позиций, а не захват чужих. Конечно, при экспансии одно сопровождает другое: невозможно в современной мировой политике и экономике расширять свое присутствие, не тесня при этом чужого. Но для нас, лингвистов, важно то, как подается информация в тексте. Американская экспансия подается как некий факт, а китайская – как нечто демоническое, необъяснимое и непреодолимое, внушающее иррациональный страх.

Участвует в демонизации образа Китая и такой, казалось бы, прозаический и бытовой оборот, который в русском языке уже можно считать фразеологизмом, как **китайские тряпки**.

В «Толковом словаре русского языка» Д.Н. Ушакова так определяется слово «тряпка»:

1. Лоскут, какой-н. ткани. *Стереть пыль тряпкой. Протереть пол мокрой тряпкой. Кукла из тряпок.* 2. только мн. *Женские наряды* (разг. пренебр.). *Она только о тряпках и думает. Истратила сто рублей на тряпки.* 3. перен. *Бесхарактерный, слабовольный, ничтожный человек* (разг. презрит.). *Сосульку, тряпку принял за важного человека!* Гоголь. *Павел Васильевич был в душе тряпкой и не умел отказывать.* Чехов.

Когда мы говорим об одежде «тряпки», конечно, это слово выступает с оттенком негативным, пренебрежительным. Тряпки ассоциируются с неприятным, грязным, несимпатичным, некачественным. И любой

китаец, живущий в России, как и я, часто слышит, что люди употребляет фразу «**китайские тряпки**» как устойчивое словосочетание, когда речь идет о дешевой китайской одежде, некачественных товарах, причем далеко не обязательно китайских! И не только о товарах. Недавно, отвечая на вопросы журналистов на прошедшей в Москве пресс-конференции, Андрей Луговой, который обвиняется в убийстве телохранителя олигарха Березовского, живущего в Англии, и выдача которого британским властям стала камнем преткновения в российско-британских отношениях, обратился к общественности Великобритании: «*Вашим гражданством торгуют, как китайскими тряпками где-то на рынке. А вы хлопаете ушами и стучите себя по ляжкам*».

Не без основания скажем, что некачественной продукции из других стран на российских рынках не меньше, чем китайской, а Китай производит не меньше качественных товаров, чем некачественных. Но образ сложился и закрепился в массовом сознании. Приведем несколько примеров.

1) «**Китайские “тряпки”, возможно, будут шить саратовцы**»

*Вместо увеличения экспорта, Саратовскую область, вероятно, ожидает рост импорта. В сентябре в Саратов прибудет делегация китайских бизнесменов и банкиров, которые будут обсуждать перспективы создания совместных предприятий. В первую очередь это будет касаться легкой промышленности, а конкретнее — текстильной отрасли. По замыслу Аяцкова — китайцы дадут нам технологии, а мы обеспечим производственные мощности и рынок сбыта.* (СаратовБизнесКонсалтинг, 26.08.2002.

[http://www.businesspress.ru/newspaper/article\\_mId\\_33\\_aId\\_124304.html](http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mId_33_aId_124304.html))

В данном примере интересно то, что журналист, очевидно, плохо подумав или в силу заштампованности своего сознания, «обозвал» китайскими тряпками текстильные изделия, которые будут производиться в Саратовской области, тем самым заранее приравняв качество российского продукта к худшему образцу. Таким образом, вся заметка приобрела уничижительный характер.

2) Одна москвичка так пишет в своем Интернет-блоге: ... *в Москве мы говорим “китайские тряпки”, когда хотим намекнуть, что человек так себе одет.* (<http://annafedorova.ru/?p=34>)

Очень показательная фраза, демонстрирующая идиоматический характер словосочетания «**китайские тряпки**».

Итак, демонизированный Китай – это не только злобный **дракон**, это не только **экспансия** во всем и повсюду, это еще и заведомо низкое,

«бросовое» качество товаров, а значит – обман, что и подводит нас к последнему пункту анализа.

Традиционным способом демонизации китайцев является создание представления об их **хитрости**.

Китайцы всегда и все до одного «**хитрые**», это их исконное и неотъемлемое национальное качество в русской языковой картине мира. Приведем примеры из Интернет-форумов и новостных сайтов:

1) *А «Хитрый Китаец» – это избыточность. Потому как китайцы все и так хитрые.* (<http://сахара.ru/90310.html>)

2) *«Хитрые китайцы обрадовали археологов»*

*Ученые выяснили, что уже 3 тысячи лет назад китайцы, жившие на территории северо-западного Китая, владели технологией водосбора. Так считают археологи Северо-западного университета Китая, проводившие раскопки в уезде Чуньхуа.* (<http://account.spb.ru/news/social/32189/>) Данный заголовок – это типичный пример того, что изобретательность, мудрость, ум, сообразительность, если они принадлежат китайцам, будут все равно названы хитростью<sup>4</sup>.

То, что **хитрость** китайцев связывается в сознании современного россиянина с идеей опасности Китая, демонстрируют ответы респондентов на открытые вопросы, посвященные российско-китайским военным учениям в базе данных на сайте [www.fom.ru](http://www.fom.ru): «Учения раскрывают наши секреты, наши слабости», – сетуют респонденты и добавляют: «Китай – ненадежная страна»; «китайцам не стоит доверять, они слишком хитрые»; «китайцы – ненадежные партнеры, от них всего можно ожидать»; «не доверяю Китаю»; «не люблю китайцев – нация, от которой не знаешь, что ожидать»; «нет к Китаю доверия»; «они научатся и могут использовать против нас»; «они недобросовестные, все для себя, все хотят русских забить»; «они – себе на уме, **хитрые**»; «с ними лучше не связываться, они только для себя живут»; «**хитрят** они» (<http://bd.fom.ru/report/whatsnew/d053527>).

Надо отметить, что представление о **хитрости** китайцев не является исключительно принадлежностью русской языковой картины мира. Оно характерно и для самих китайцев. В то же время следует признать, что многие простые россияне, мнение которых нам удалось выяснить лично или узнать из Интернет-дискуссий, не склонны к демонизации образа

---

<sup>4</sup> Мудростью в русских текстах может характеризоваться только фразеологизм *один старый китаец*.

*Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2007. – Вып. 35. – 148 с. ISBN 978-5-317-02164-1*

Китая. Обнаруживается разрыв между тем, как односторонне этот образ подают в СМИ, и тем, что думают обычные люди. Для меня, как для гражданки Китая, кажется существенным контраст между освещением моей страны в прессе и на телеэкране и беседами россиян на страницах Интернета. Однако мне представляется, что понимание некоторых демонизирующих тенденций в представлении образа Китая в российских СМИ важно как для китайцев, так и для россиян. Критическая, разумная оценка этих тенденций, умение обнаруживать стратегию автора за конкретными языковыми средствами, спроецированными на общий фон, на языковую картину мира, – это путь к укреплению нашего взаимопонимания.

#### Л и т е р а т у р а

*Топоров В.* Демонизация как феномен // «Независимая газета» №5, май, 1999.  
*Сажин И.* От демонизации к истерии. <http://www.prpc.ru/actual/060328.shtml>