

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного

**Наречие «по-китайски» в российских СМИ: семантика,
функционирование, отражение этнокультурных стереотипов**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Студента 2 курса 253 группы
направления 45.04.01 – «Филология»
(профиль «Русский язык как родной и иностранный»)
Института филологии и журналистики

Сюн Юйчэнь

Научный руководитель

доктор филол. наук, доцент

должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

А. В. Дегальцева

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой:

доктор филол. наук, доцент

должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

А. Н. Байкулова

инициалы, фамилия

Саратов 2026

ВВЕДЕНИЕ

В современном русском языке наречия относятся к недостаточно изученным грамматическим классам, несмотря на их активное функционирование в различных сферах коммуникации (Савёлова, 2009). Особую группу образуют приставочно-суффиксальные наречия со сравнительно-уподобительным значением, к которым принадлежит лексема «по-китайски». Актуальность исследования обусловлена значимостью российско-китайских отношений, активным репрезентированием образа Китая в медиадискурсе, семантической ёмкостью исследуемого слова и недостаточной изученностью его функционирования в публицистике. Новизна работы заключается в комплексном многоаспектном анализе наречия «по-китайски» в синтаксическом, семантическом и функционально-прагматическом аспектах на материале современных российских средств массовой информации.

Актуальность темы обусловлена несколькими взаимосвязанными факторами. Во-первых, возрастающим значением российско-китайских отношений в политической, экономической и культурной сферах, что определяет повышенный интерес общества к образу Китая в медиадискурсе. Во-вторых, семантической ёмкостью и культурной маркированностью наречия «по-китайски», которое выступает как лингвистический индикатор этнических стереотипов. В-третьих, недостаточной разработанностью вопроса функционирования суффиксальных наречий в публицистике, особенно в аспекте репрезентации иностранных культурных образцов. Наконец, медиадискурс остается одним из основных каналов формирования общественного мнения, поэтому анализ языковых средств, создающих образ Китая, имеет теоретическую и практическую значимость для филологии, медиалингвистики и межкультурной коммуникации.

Новизна работы заключается в комплексном многоаспектном подходе к изучению наречия «по-китайски», которое рассматривается одновременно в синтаксическом, семантическом и функционально-прагматическом аспектах на

материале современных российских средств массовой информации. Впервые проведен количественный и качественный анализ сочетаемости данного наречия в российской прессе за длительный период (1994–2025 гг.). Выявлены контекстуально обусловленные значения и этнокультурные стереотипы, ранее не описанные в научной литературе, а также установлена динамика расширения присубстантивной сочетаемости наречия в XXI веке. Полученные результаты дополняют существующие исследования по семантике наречий и репрезентации национальных образов в медиатекстах.

Объектом исследования является наречие «по-китайски» как представитель класса сравнительно-уподобительных наречий. Предметом исследования выступают синтаксические свойства, лексическая сочетаемость, семантические возможности и функциональные особенности данного наречия в текстах российской прессы, а также этнокультурные стереотипы, отраженные в его употреблении.

Целью выпускной квалификационной работы является комплексный анализ семантики, синтаксической сочетаемости и функционирования наречия «по-китайски» в современных российских СМИ с выявлением этнокультурных стереотипов о Китае и китайцах.

Для достижения поставленной цели решены следующие **задачи**:

- 1) определить характеристики наречия как части речи;
- 2) проанализировать научные работы, посвященные наречиям со сравнительно-уподобительным значением;
- 3) изучить, как формируется образа Китая в российских СМИ;
- 4) определить синтаксические позиции данного наречия и охарактеризовать его синтаксическую и лексическую сочетаемость;
- 5) выявить и сгруппировать значения, которые приобретает наречие «по-китайски» в русском языке;
- 6) охарактеризовать основные функции данного наречия в российских СМИ.

Материалом исследования послужили 457 контекстов употребления наречия «по-китайски» за период 1994–2025 гг., извлеченные из газетного подкорпуса Национального корпуса русского языка и ведущих российских новостных порталов. Теоретическую основу составили работы по лингвистике наречий (Дегальцева, 2021; Сидорова, 2013), медиалингвистике и этнокультурным стереотипам (Садохин, 2008; Таганова, 2014). В работе применены описательный, интерпретативный, компонентный, контекстуальный и количественный методы лингвистического анализа.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников.

Основное содержание работы

В первой главе рассмотрены теоретические основы исследования: грамматические свойства наречий в русском и китайском языках, особенности функционирования сравнительно-уподобительных наречий, образованных по модели по-...-и, а также концепты образа Китая и этнокультурных стереотипов в медиадискурсе. Установлено, что наречие «по-китайски» относится к продуктивному классу конфиксальных наречий и обладает выраженной культурной маркированностью, поскольку отражает особенности менталитета, традиций и образа жизни китайцев.

В разделе 1.1 рассматривается наречие как часть речи в русском и китайском языках, а также особенности сравнительно-уподобительных наречий. Установлено, что русские наречия выполняют функцию обстоятельства, могут выступать в роли предиката, обладают гибкой синтаксической позицией. Китайские наречия имеют фиксированное положение, служат средством дополнения и не употребляются предикативно (Чжоу Яньмин, Старыгина, 2024).

Наречие «по-китайски» образовано по продуктивной модели **по-...-и** от прилагательного «китайский» и относится к группе сравнительно-уподобительных наречий, выражающих уподобление действию или признаку, свойственному определенному народу, культуре или образцу. Показано, что подобные образования активно функционируют в современном

русском языке, расширяя сферу употребления из кулинарной лексики в политический, социальный и публицистический дискурс (Сидорова, 2013).

В разделе 1.2 анализируются семантика и функции наречий в российской и китайской прессе. Выделены три основные функции: информационная, изобразительно-выразительная и оценочная (Чжоу Яньмин, Старыгина, 2024). Информационная функция связана с уточнением способа действия, времени, места или степени. Изобразительно-выразительная функция придает тексту эмоциональность и образность. Оценочная функция отражает позицию автора к описываемому явлению.

В разделе 1.3 рассматривается образ Китая в российских СМИ. Показано, что в российской прессе Китай предстает как сильное экономическое и политическое государство, стратегический партнер России, участник проектов «Один пояс — один путь», обладатель развитой военной и космической программы, древней культуры и системы образования (Шахэти, 2021; Кирсанова, 2019; Го Лицзюнь, 2019). Образ Китая в основном подается в нейтральном или позитивном ключе.

В разделе 1.4 анализируются стереотипы о Китае и китайцах в российской прессе. Этностереотипы трактуются как устойчивые схематизированные представления одной этнической группы о другой (Садохин, 2008). Выделены позитивные стереотипы: трудолюбие, мудрость, вежливость, организованность. Отмечены амбивалентные и негативные представления: сложность китайского языка, стереотип о низком качестве товаров, чрезмерная церемонность, хитрость (Кун Вэйкань, 2024; Чэн Жуюн, Ван Мухаммад Арифф Бин Рахмат, 2022).

В разделе 1.5 рассматривается семантика наречия «по-китайски» через призму этностереотипов. Описаны прямое значение («способом, свойственным китайцам») и переносные значения, связанные с фразеологизмами: «китайская грамота» — непонятно, «китайские церемонии» — излишняя вежливость, «китайское качество» — низкое качество (Шабулдаева, 2017). Рассмотрены сочетания «социализм по-китайски», «глобализация по-китайски», «кухня по-

китайски», отражающие политическую, экономическую и культурную специфику Китая (Михайлова, Чэн Юйсяо, 2018).

Во второй главе представлен комплексный анализ функционирования наречия «по-китайски» в текстах российской прессы.

В разделе 2.1 анализируются синтаксические позиции наречия «по-китайски» в предложениях. Установлено, что в **54,3%** случаев оно употребляется при глаголах и их формах, в **19,4%** – при контекстуально опущенном глаголе, в **22,9%** – при существительных. Приаждъективное и придverbиальное употребление составляет всего **3,4%**. Преобладание глагольной окружения обусловлено семантикой наречия как средства характеристики действия.

В разделе 2.2 рассматривается лексическая сочетаемость наречия по семантическим группам. Среди глаголов доминируют глаголы речевой деятельности (**54,9%**): говорить, читать, писать, звать, лопотать; интеллектуальной деятельности (**19%**): понимать, разбираться; социальной деятельности (**7,3%**): праздновать, строить, жить; физического действия, звучания и значения. Среди существительных лидируют слова политической тематики (**22,3%**): социализм, глобализация, миропорядок; экономической (**19%**): бизнес, демпинг, импортозамещение; социальной жизни (**14,1%**): брак, школа, отдых; а также лексемы, относящиеся к речи, еде, традициям, эстетике и медицине. Отмечена динамика роста присуbстантивного употребления с **14,5%** (1994–2004) до **26%** (2016–2025), что свидетельствует о расширении функциональных возможностей наречия.

В разделе 2.3 выделены контекстуально обусловленные значения наречия «по-китайски»:

1. «на китайском языке»;
2. «в соответствии с китайскими культурными традициями и обычаями»;
3. «в соответствии с законами и государственным устройством Китая»;
4. «в соответствии с социальными моделями поведения в Китае».

На основе контекстов выявлен комплекс этнокультурных стереотипов. К позитивным относятся: мудрость, вежливость, церемонность, терпение, трудолюбие, основательность, невозмутимость, щедрость, стремление к пышности и помпезности. К амбивалентным и негативным: сложность восприятия китайской речи, жесткость политических мер, уклончивость, стереотип о некачественных товарах, вычурность и помпезность. Часть из этих стереотипов описана в исследовании впервые.

В разделе 2.4 характеризуется функционирование наречия «по-китайски» в российских СМИ. Выделены три основные функции: информационная, изобразительно-выразительная и оценочная. Показано, что оценочный характер употребления зависит от типа медиа: государственные СМИ транслируют нейтральный или позитивный образ Китая, частные и региональные издания, находящиеся в сфере экономической конкуренции, допускают критические и амбивалентные оценки.

Заключение

В результате проведенного исследования установлено, что наречие «по-китайски» является многофункциональным лингвистическим средством, которое служит для точной номинации способа действия, обладает широкой лексической сочетаемостью и выполняет важную роль в формировании образа Китая в российском общественном сознании. Его семантика и функционирование тесно связаны с этнокультурными стереотипами, которые носят амбивалентный характер и отражают динамику российско-китайских отношений.

Полученные результаты могут быть использованы в преподавании курсов современного русского языка, медиалингвистики, межкультурной коммуникации, а также в дальнейших исследованиях конфиксальных наречий и этнокультурной репрезентации в медиадискурсе.