

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

У Сяохун

«РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И СПОСОБЫ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ В ТЕКСТАХ
РОССИЙСКИХ СМИ, ОСВЕЩАЮЩИХ МЕЖДУНАРОДНУЮ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В. ПУТИНА И СИ ЦЗИНЬПИНА»

Научная специальность 5.9.5. Русский язык. Языки народов России

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата филологических наук

Научный руководитель:

доктор филологических наук, доцент

Беневоленская Нонна Петровна

Санкт-Петербург

2023

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ -----	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РЕЧЕВЫХ СТРАТЕГИЙ В ТЕКСТАХ СМИ -----	14
<i>1.1 Современные лингвистические подходы к изучению текста как речевого произведения -----</i>	<i>14</i>
1.1.1 Прагматический аспект исследований как предпосылка изучения текста -----	14
1.1.2 Когнитивно-дискурсивный подход к изучению текста -----	31
<i>1.2 Основные положения изучения речевых стратегий -----</i>	<i>36</i>
1.2.1 Определение речевых стратегий и тактик -----	36
1.2.2 Речевые стратегии и интенция -----	41
1.2.3 Проблема классификации речевых стратегий -----	45
<i>1.3 Текст СМИ и его коммуникативная специфика -----</i>	<i>50</i>
1.3.1 Масс-медиа и СМИ -----	50
1.3.2 Текст СМИ как объект лингвистического исследования (в рамках прагматического и когнитивно-дискурсивного подходов) -----	52
1.3.3 Термин <i>гиперадресант</i> текста СМИ -----	55
1.3.4 Роль адресата в создании текста СМИ -----	62
1.3.4.1 Встречная интенция адресата -----	62
1.3.4.2 Термин <i>гиперадресат</i> -----	64
<i>1.4 Исследование медиатекста как инструмента воздействия на сознание людей -----</i>	<i>67</i>
Выводы -----	70
ГЛАВА 2. РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И СПОСОБЫ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ В ТЕКСТАХ РОССИЙСКИХ СМИ -----	74
<i>2.1 Описание и анализ материала по изданиям -----</i>	<i>74</i>
2.1.1 Интенция гипераресанта по изданиям -----	74
2.1.2 Встречная интенция гипераресанта по изданиям -----	77
<i>2.2 Речевые стратегии и способы их реализации в медиатекстах из рубрики «Культура» -----</i>	<i>81</i>
2.2.1 Речевые стратегии и тактики в текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием, по теме «Культура» -----	82
2.2.2 Речевые стратегии и тактики в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием, по теме «Культура» -----	98

<i>2.3 Речевые стратегии и способы их реализации в медиатекстах из рубрики «Медицина»</i>	107
2.3.1 Речевые стратегии и тактики в текстах, не находящихся под иностранным влиянием СМИ, по теме «Медицина»	109
2.3.2 Речевые стратегии и тактики в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием, по теме «Медицина»	121
<i>2.4 Речевые стратегии и способы их реализации в медиатекстах из рубрики «Экономика и бизнес»</i>	127
2.4.1 Речевые стратегии и тактики в текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием, по теме «Экономика и бизнес»	129
2.4.2 Речевые стратегии и тактики в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием, по теме «Экономика и бизнес»	142
<i>2.5 Категория определенности /неопределенности в текстах российских СМИ</i>	152
Выводы	154
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	163
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	171
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ И ДРУГИХ РЕСУРСОВ	190
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	194
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	200
ПРИЛОЖЕНИЕ 3	204
ПРИЛОЖЕНИЕ 4	211
ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ	234

ВВЕДЕНИЕ

Благодаря стремительному развитию информационных технологий средства массовой информации занимают всё более важное место в нашей жизни. Ежедневно мы узнаём свежие новости из газет, по радио, через телевидение и интернет-ресурсы. В процессе массовой коммуникации осуществляется влияние на сознание адресата с помощью текстов СМИ, которые, с одной стороны, отличаются однолинейной направленностью информационного воздействия на массовую аудиторию, но с другой стороны, согласуются с интенцией адресантов. В связи с этим в нашем исследовании текст СМИ рассматривается как целостный речевой акт в массовой коммуникации, а также анализируются интенции, речевые ситуации и условия использования языка в процессе порождения текста. Важным звеном, участвующим в реализации интенции адресанта и воздействия на адресата, являются речевые стратегии. Однако, несмотря на то что понятие речевых стратегий характеризуется междисциплинарностью и исследуется в различных аспектах, оно недостаточно изучено и многие вопросы всё ещё остаются дискуссионными, такие как: единое определение речевых стратегий, классификация речевых стратегий, их описание, определение и классификация на материале российских СМИ и др. Вышеперечисленное определяет **актуальность** данного исследования, которое посвящено анализу речевых стратегий и языковых средств их реализации, применяемых адресантом в текстах российских СМИ.

Объектом исследования послужили тексты российских СМИ.

Предметом исследования являются речевые стратегии и способы их реализации в отобранных для анализа медиатекстах, освещающих международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина.

В работе выдвигается следующая **гипотеза**: при создании новостного текста автор и издание имеют общую интенцию, выступают как единый

гиперадресант. Характер и частота употребления речевых стратегий, применяемых гиперадресантом в тексте, зависит от его интенции, которая в свое очередь связана с направленностью СМИ. В российских СМИ, не находящихся под иностранным влиянием и соблюдающих законодательство РФ (далее – СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием)², создается конструктивная концепция созидания — укрепления дружбы и сотрудничества между Китаем и Россией, а в других СМИ, находящихся под иностранным влиянием и нарушающих законодательство РФ (далее – СМИ, находящиеся под иностранным влиянием)^{1 2}, формируется деструктивная концепция, условно названная нами «концепцией разрушения» сотрудничества между Китаем и Россией.

Цель данной работы заключается в том, чтобы с опорой на комплексный подход выделить речевые стратегии, используемые в массовой коммуникации, распределить их по частоте осуществления интенций гиперадресантов в различных ситуациях, с учетом особенностей речевого воздействия и принципов общения, а также на основе языковых данных охарактеризовать способы реализации речевых стратегий в текстах российских СМИ, которые не

¹ Следует обратить внимание на то, что исследуемые СМИ, находящиеся под иностранным влиянием и нарушающие действующее законодательство РФ – Телеканал «Дождь»⁴ и «Эхо Москвы»³. В качестве примеров нами были отобраны новости с сайта «Дождь»⁴ до 2020 г., с сайта «Эхо Москвы»³ до 2021 г.

Телеканал «Дождь»⁴ с 20.08.2021 г. включен в реестр (номер 248) иноагентов (reestr-inostrannyih-agentov-30062023_3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru)), с 2022 г. заблокирован за нарушения законодательства РФ (<https://tass.ru/obschestvo/16681685?ysclid=ljve1pban2210098347>; <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/mass-media/news?item=72091859>).

Главный редактор издания «Эхо Москвы»³ — А. А. Венедиктов с 22. 04. 2022 включен в реестр (номер 369) иноагентов (reestr-inostrannyih-agentov-30062023_3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru)). Но сам информационный ресурс «Эхо Москвы»³ иноагентом не признан. Доступ к ресурсу «Эхо Москвы»³ ограничен с 2022 г. из-за нарушения законодательства РФ. См. <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/search?article=72091859> <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74112.htm>; <https://tass.ru/obschestvo/13922993?ysclid=ljqxskabv889368406>. Следует обратить внимание на то, что хотя «Эхо Москвы»³ иноагентом не признан, но его главный редактор и сотрудничавшие лица (например, А.В. Плюшев, номер в реестре 462 и т. д.) были признаны иноагентами, поэтому данное издание находится под иностранным влиянием.

находятся/находятся под иностранным влиянием², и освещают международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи:

1) Сформировать теоретическую базу изучения речевых стратегий в текстах СМИ, изучить работы, посвященные понятиям «текст», «речевой акт», «адресат», «адресант», «текст СМИ», «речевая стратегия и тактика», «интенция».

2) Проанализировать прагматическую основу текстов СМИ и отметить необходимость когнитивно-дискурсивного подхода к изучению текста СМИ как целостного речевого акта.

3) Собрать материал с учётом направленности изданий (не находящиеся / находящиеся под иностранным влиянием²), распределить новостные тексты по темам («Культура», «Медицина» и «Экономика и бизнес»).

4) Уточнить термин *гиперадресант* и сформулировать определение термина *гиперадресат*, указав на их концептуальный признак – обозначение коллективности в массовой коммуникации.

5) Установить основные параметры выделения речевых стратегий; определить роль интенции в отборе и применении речевых стратегий в разных по направленности СМИ.

6) Выявить основные интенции гиперадресантов текстов российских СМИ.

7) В соответствии с интенциями выделить типы речевых стратегий и тактик.

8) Определить языковые средства реализации выделенных стратегий в отобранных медиатекстах, охарактеризовать и систематизировать их.

² Здесь необходимо обратить внимание на то, что в нашей работе исследуемые СМИ, которые находятся под иностранным влиянием («Эхо Москвы»³ и «Дождь»⁴), нарушают законодательство РФ, а СМИ, которые не находятся под иностранным влиянием («РИА Новости», «Тасс», «Российская газета»), соблюдают законодательство РФ.

9) Определить частоту использования выделенных нами речевых стратегий в текстах российских СМИ разной направленности.

Материалом исследования послужили тексты российских СМИ разной направленности, освещающие международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина в областях культуры, медицины, экономики и бизнеса.

Для анализа были выбраны популярные российские СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием² — «РИА Новости», «ИТАР-ТАСС», «Российская Газета» и СМИ, находящиеся под иностранным влиянием¹² — радиостанция «Эхо Москвы»³, телеканал «Дождь»⁴. Си Цзиньпин занимает должность Председателя КНР с 2012 года, поэтому из вышеуказанных источников были отобраны медиатексты за период с 2012 по 2021 г.

Теоретическую базу исследования составили работы следующих ученых: *по теории речевых актов* Н. Д. Арутюновой, Л. Витгенштейна, Т. А. ван Дейка, Г. П. Грайса, В. З. Демьянкова, Х. Изенберга, И. М. Кобозевой, Э. Косериу, Э. Ланга, Дж. Лича, Дж. Мей, Дж. Остина, Е. В. Падучевой, Дж. Серля, П. Ф. Стронсона, Р. Штайница и др.; *по теории речевых стратегий и тактик* В. В. Зеленской, О. С. Иссерс, В. Б. Кашкина, К. Кербра (Kerbrat-Orecchioni), Е. В. Ключева, М. Л. Макарова, Т. В. Матвеевой, И. А. Стернина, С. А. Сухих, А. Е. Шерозии и др., *а также по медиалингвистике* А. Бэлла,

³ Исследуемые нами новости были опубликованы на сайте «Эхо Москвы»³ до 2021 года. Главный редактор радиостанции «Эхо Москвы»³ (1998–2022) с 22.04.2022 г. включен в реестр иноагентов (номер 369). См. reestr-inostrannyih-agentov-30062023.3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru). Но сам информационный ресурс «Эхо Москвы»³ иноагентом не признан. Доступ к ресурсу «Эхо Москвы»³ ограничен с 2022 г. из-за нарушения законодательства РФ. См. <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/search?article=72091859> <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74112.htm>; <https://tass.ru/obschestvo/13922993?ysclid=ljqxskabv889368406>. Следует обратить внимание на то, что хотя «Эхо Москвы»³ иноагентом не признан, но его главный редактор и сотрудничавшие лица (например, А.В. Плющев, номер в реестре 462 и т. д.) были признаны иноагентами, поэтому данное издание находится под иностранным влиянием.

⁴ Нами были отобраны новости для исследования с сайта «Дождь»⁴ до 2020 г. Телеканал «Дождь»⁴ с 20.08.2021 г. включен в реестр (номер 248) иноагентов (reestr-inostrannyih-agentov-30062023.3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru)), с 2022 г. заблокирован за нарушения законодательства РФ (<https://tass.ru/obschestvo/16681685?ysclid=ljye1pban2210098347>; <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/mass-media/news?item=72091859>).

Т. Г. Добросклонской, В. И. Конькова, В. Г. Костомарова, А. А. Леонтьева, И. В. Рогозиной, Ю. В. Рождественского, Г. Я. Солганика и др.

Методы исследования: в работе применялись общенаучные методы наблюдения, обобщения, комментирования, сравнения; а также описательный метод с элементами дискурсивного, когнитивного и контент-анализа, прием классификации, статистический метод. Сбор материала осуществлялся методом сплошной выборки.

Научная новизна работы заключается в том, что на основе теоретических работ современных исследователей и анализа текстов современных российских СМИ уточняется термин *гиперадресант*. Кроме того, предлагается и формулируется новое понятие *гиперадресат*. Автором также вводится понятие «встречная интенция». Теория речевых актов используется как базовая концепция для исследования речевых действий гиперадресанта в массовой коммуникации.

Кроме того, исследование проводится на материале, ранее не изученном лингвистами — медиатекстах, освещающих международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина. Нами были выделены и охарактеризованы наиболее частотные речевые стратегии и тактики гиперадресантов российских СМИ, не находящихся/находящихся под иностранным влиянием².

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. В рамках комплексного подхода с включением в него прагматического и когнитивно-дискурсивного аспекта текст СМИ рассматривается как речевой акт, который имеет строгую нормативную языковую организацию, иллокутивную цель и оказывает речевое воздействие на читателей.

2. Адресанта и адресата текста массовой коммуникации мы характеризуем как коллективную группу лиц, поэтому к ним применимы понятия гиперадресант и гиперадресат.

3. В термин *гиперадресант* включены два взаимодействующих компонента — автор текста и издание, в котором он работает.

4. У каждого гипердресанта есть своя целевая аудитория, то есть свой *гипердресат*, встречная интенция которого совпадает с интенцией гипердресанта. Чтобы увеличить количество образцовых читателей (гипердресатов), в процессе создания текста гипердресант, применяя речевые стратегии, должен учесть роль читателей и их встречные интенции.

5. Интенция является основным параметром для выделения речевых стратегий, в то же время необходимо учитывать сферу коммуникации, специфику речевого воздействия и принципы гармоничного общения.

6. Российские СМИ, которые не находятся/находятся под иностранным влиянием², различаются по интенциям и способам передачи информации. Гипердресант российских СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², создает концепцию созидания, а в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², формируется концепция, которую условно можно назвать концепцией разрушения.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что работа расширяет представления о применении теории речевых актов в науке и подтверждает необходимость комплексного подхода с включением в него прагматического и когнитивно-дискурсивного аспектов изучения текстов СМИ. В то же время с точки зрения прагматики, когнитивной лингвистики интерпретировано понятие речевых стратегий и отмечены основные компоненты, включенные в понятие речевых стратегий — адресант, адресат и интенция. Уточняется признак коллективности адресанта и адресата текста СМИ, выдвигаются термины гипердресант и гипердресат массовой коммуникации. Определяется влияние направленности издания на формулирование интенции гипердресанта текста СМИ. Кроме этого, нами выделены и охарактеризованы наиболее частотные речевые стратегии, применяемые в текстах СМИ с разной направленностью, что обогатит существующие классификации речевых стратегий. Данная работа вносит вклад в развитие лингвопрагматики, когнитивной лингвистики и медиалингвистики.

Практическая значимость работы состоит в том, что результаты исследования речевых стратегий и способов их реализации в текстах российских СМИ могут быть использованы в учебных курсах по русскому языку, в том числе по русскому языку как иностранному, а также по журналистике, теории речевого воздействия, медиалингвистике, прагмалингвистике и межкультурной коммуникации для того, чтобы помочь изучающим понять особенности российских медиатекстов и языка СМИ. Сотрудники различных СМИ (журналисты, редакторы и др.) могут использовать выделенные нами речевые стратегии для привлечения внимания читателей и достижения своих коммуникативных целей. Для получателя информации из текстов СМИ результаты данного исследования будут полезны в плане умения распознавать языковые средства, которые применяются для выражения тех или иных интенций, целей авторов и изданий.

Апробация работы. Основные положения исследования были апробированы в выступлениях на научных конференциях:

1. XLIX Международная научная филологическая конференция, посвященная памяти Людмилы Алексеевны Вербицкой (1936–2019) (СПбГУ, Санкт-Петербург, март 2020).

2. Казанский Международный лингвистический саммит «Вызовы и тренды мировой лингвистики» (КФУ, Казань, ноябрь 2020).

3. XII Международная научно-практическая конференция «ПЕРЕВОД. ЯЗЫК. КУЛЬТУРА» (ЛГУ им. А. С. Пушкина, Санкт-Петербург, май 2021).

4. Международная научная конференция по когнитивной лингвистике «Язык и мышление в эпоху глобальных перемен» (НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, Нижний Новгород, июнь 2021).

5. III Международная научно-практическая конференция «Синергия языков и культур: междисциплинарные исследования», (СПбГУ, Санкт-Петербург, сентябрь 2021).

6. IX Международная научная конференция «Национальные коды в языке и литературе» (ННГУ им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, октябрь 2021).

7. Казанский Международный лингвистический саммит «Языковое разнообразие в глобальном мире» KILS-21 (КФУ, Казань, ноябрь 2021).

8. Всероссийская научная конференция с международным участием «Когниция, культура, коммуникация в современных гуманитарных науках» (НГТУ, г. Новосибирск, 15–16 сентября 2022).

9. II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Новейшая филология: динамика речевых и текстовых форм», посвященной памяти Б. И. Осипова и М. П. Одинцовой (ОмГУ, Омск, 20–22 сентября 2022).

По теме диссертации опубликовано **11** статей, **7** из которых вышли в изданиях, рекомендованных ВАК при Министерстве образования и науки РФ.

Основные положения и результаты работы отражены в следующих публикациях автора:

1. Тема борьбы с коронавирусом в текстах российских СМИ (анализ речевого воздействия) // Филология и культура. Philology and culture. – 2021. – № 1 (63). – С. 7–15 (в соавторстве с Н. П. Беневоленской). ВАК

2. Речевые стратегии и тактики в текстах российских СМИ, отражающих сотрудничество Китая и России в борьбе с коронавирусом // Когнитивные исследования языка. – 2021. – № 3 (46). – С. 743–747. ВАК

3. Речевые стратегии и тактики речевых актов-директивов в медиатекстах, освещающих кампанию по вакцинации от коронавируса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14. № 7. – С. 2089–2092. ВАК

4. Речевые стратегии и тактики достижения эффективности массовой коммуникации (на примере текстов «РИА Новости») // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2021 №4. – URL: <https://sfk->

mn.ru/PDF/59FLSK421.pdf (в соавторстве с Л. Г. Навасартян). ВАК

5. Речевые стратегии и языковые средства реализации интенции гиперадресанта новостных текстов, освещающих международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина // Известия ВГПУ. Филологические науки. – 2022. – № 2 (165). – С. 239–244. ВАК

6. Медиатексты российских оппозиционных СМИ как «помехи» в межкультурной коммуникации России и Китая // Когнитивная лингвистика и межкультурная коммуникация. Серия Когнитивные исследования языка. – 2022. – № 2 (49). – С. 602–608. ВАК

7. Встречная интенция как необходимый фактор успешной коммуникации гиперадресант-адресат (на материалах издания «РИА Новости») // когнитивные исследования языка. – 2022. – № 3 (50). – С.141-144. (в соавторстве с Н. П. Беневоленской) ВАК

8. Анализ речевого воздействия текстов российских СМИ на тему борьбы с коронавирусом // Вызовы и тренды мировой лингвистики (Труды и материалы казанского международного лингвистического саммита. Казань, 16–20 ноября). – 2020. – Т.2. – С. 118–121. РИНЦ

9. Речевые стратегии и тактики выражения субъективного значения в новостных текстах оппозиционного издания «Дождь»⁴, освещающих российско-китайское сотрудничество // Русский язык в России и за рубежом: изучение активных процессов в языке и речи (Труды и материалы международной научной конференции «Национальные коды в языке и литературе. Русский язык в России за рубежом: изучение активных процессов в языке и речи». Нижний Новгород, 29–31 октября). – 2021. – С. 311–317. РИНЦ

10. Речевые стратегии реализации воздействия на сознание адресата в российских медиатекстах // Языковое разнообразие в глобальном мире (Труды и материалы Казанского Международного лингвистического саммита. Казань, 15–19 ноября 2021 г.) РИНЦ

11. О возможности применения теории речевых актов в изучении текстов

СМИ // Сборник II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Новейшая филология: динамика речевых и текстовых форм», посвященной памяти Б. И. Осипова и М. П. Одинцовой. – 2022 – С. 297–301. РИНЦ

Структура работы: диссертация включает в себя введение, две главы (1. Теоретические основы изучения реализации речевых стратегий в текстах СМИ; 2. Речевые стратегии и способы их реализации в текстах российских СМИ), заключение, список литературы, список использованных словарей и других ресурсов, 4 приложения, в которых представлены 6 таблиц и 6 рисунков.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РЕЧЕВЫХ СТРАТЕГИЙ В ТЕКСТАХ СМИ

1.1 Современные лингвистические подходы к изучению текста как речевого произведения

1.1.1 Прагматический аспект исследований как предпосылка изучения текста

На рубеже XIX–XX-ого вв. основополагающими понятиями лингвистики становятся *язык* и *речь*. Суть данной дихотомии изучают многие языковеды: Ф. М. Березин, Б. Н. Головин, В. фон Гумбольдт (F. von Humboldt), В. Г. Костомаров, Э. Косериу, А. И. Смирницкий, Ф. де Соссюр (F. de Saussure), Л. В. Щерба и др.

С опорой на труды ученых определим соотношение понятий *язык* – *речь* и проследим хронологию формирования и развития прагматического подхода к изучению текста. Среди всех исследований основополагающую роль сыграли работы В. фон Гумбольдта и Ф. де Соссюра. В XIX веке В. фон Гумбольдт в своей работе «О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества» (нем. «Über die Verschiedenheit des menschlichen Sprachbaues und ihren Einfluss auf die geistige Entwicklung des Menschengeschlechts», 1836, русский перевод вышел в 1859 г.)⁵ применяет синтезирующий подход к изучению языка в его различных аспектах. С одной стороны, он указывает на системный характер языка. То есть, в языке любая языковая единица не может существовать обособленно, а является частью целой системы. В языковой системе накапливается запас слов и правил, с помощью которых порождаются разные языковые явления. Такое целостное представление о языке как о системе знаков в дальнейшем легло в основу теории Ф. де Соссюра. С другой стороны В. Фон Гумбольдт подчеркивает

⁵ Русский перевод работы «О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества» был переиздан в 1984 г. Здесь и далее цитируется данное переиздание.

динамизм языка, представляя его «не как мертвый продукт, но как созидающий процесс. <...> язык не есть продукт деятельности (Ergon), а деятельность (Energeia)» [Цит. по: Гумбольдт 1984: 69–70]. Ученый утверждает, что язык и мышление неразделимы, язык представляет собой орудие для выражения мысли. По словам ученого, язык является непрерывной деятельностью духа, которая направлена на то, чтобы превратить звук в выражение мысли [Там же]. Иными словами, язык является духовной энергией, никогда не может быть застывшим произведением, а воплощается как языкотворческий, созидающий процесс. Полагаем, что в утверждении В. фон Гумбольдта слово *ergon* (пер. др-гр. «ἔργον») приблизительно соответствует термину *язык*, а *energeia* (пер. др-гр. «ἐνέργεια») — *речь*. Хотя ученый не обозначает границы данных понятий, но одним из первых уделяет внимание изучению практического использования языка и его функции в общении, что способствовало дальнейшему развитию учений о языке и речи как отдельных предметов исследования лингвистики.

Развивая идеи В. Фон Гумбольдта, Ф. де Соссюр разграничивает синхронический и диахронический подходы к изучению языка и разъясняет термины «язык» и «речь» в рамках речевой деятельности. В работе «Курс общей лингвистики» (фр. «Cours de linguistique générale», 1916, русский перевод вышел в 1933 г.)⁶ ученый противопоставляет данные понятия друг другу. Язык определяется им как общественное явление и система знаков в речевой деятельности, т. е. подчеркивается социальный и системный характер языка. Речь же представляет собой «индивидуальный акт воли и разума» [Цит. по: Соссюр 1998: 22] и рассматривается как процесс использования системы знаков для общения. Представляя язык и речь как два совершенно разных, нетождественных понятия, ученый предлагает разделять лингвистику языка и лингвистику речи, при этом он меньше всего внимания уделяет последней. По мнению Ф. де Соссюра, язык — это наиважнейшая сторона, которая определяет

⁶ Русский перевод труда «Курс общей лингвистики» был переиздан в 1998 г. Здесь и далее цитируется данное переиздание.

все другие, поэтому «надо с самого начала встать на почву языка и считать его основанием для всех прочих проявлений речевой деятельности» [Цит. по: Соссюр 1998: 17]. Таким образом, ученый делает акцент на синхроническом описании языка, в рамках которого подчеркивает системность языка, а изучение речи считает второстепенной задачей лингвистики. Следует отметить, что, хотя Ф. де Соссюр и признает взаимообусловленность языка и речи, он подчеркивает разницу между ними.

С одной стороны, Ф. де Соссюр спорит с В. фон Гумбольдтом, поскольку представляет язык не как процесс, а как относительно устойчивую систему. Именно из-за этого точки зрения Ф. де Соссюра и В. фон Гумбольдта считаются противоречащими друг другу. Но это противопоставление в определённой степени надуманно [Даниленко 2012], с чем мы не можем не согласиться, оба учёных представили системность языка, хотя использовали разные методы исследования. Как мы отмечали выше, В. фон Гумбольдт понимает язык в синтезе как целостную систему и речевую деятельность одновременно (интегрирующий подход). В отличие от В. фон Гумбольдта, Ф. де Соссюр придерживается дифференцирующего подхода, разрабатывает идею В. фон Гумбольдта о динамичном употреблении языка и выделяет термин *речь*. То есть, если В. фон Гумбольдт интегрирует язык и речь в единое целое, то Ф. де Соссюр резко отграничивает понятия языка и речи по отношению друг к другу.

Таким образом, в XX-ом веке встает вопрос о соотношении понятий *язык* и *речь*, проводятся многочисленные научные дискуссии, которые до сих пор не теряют своей актуальности. Так, о необходимости эксперимента в науке о языке пишет Л. В. Щерба в своей статье «О тройном аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании» (1931 г.⁷). В противовес Ф. де Соссюру

⁷ Статья Л. В. Щербы «О тройном аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании» была впервые опубликована в 1931 году. Здесь и далее мы обращаемся к переизданию 1974 года.

вместо двух понятий (*язык* и *речь*) ученый предлагает выделять 3 аспекта языковых явлений — речевая деятельность (процессы говорения и понимания), языковая система (словарь и грамматика) и языковой материал (совокупность всего говоримого и понимаемого, т. е. результат речевой деятельности) [Щерба 1974]. Все три аспекта связаны между собой. Языковой материал производится в процессе речевой деятельности (речи) с помощью языковой системы (языка). В то же время языковая система выводится из языкового материала и применяется в речевой деятельности [Там же]. Языковой материал — это новое понятие, не встречающееся у Ф. де Соссюра. Л. В. Щерба полагает, что описывать язык необходимо именно через языковой материал (т. е. через текст). Итак, язык и речь в определении Л. В. Щербы — это две взаимосвязанные стороны речевой деятельности.

В полемику с точкой зрения Ф. де Соссюра вступил А. И. Смирницкий. В работе «Объективность существования языка» (1954) он выразил сомнение в выделении «лингвистики речи», однако согласился с тем, что необходимо различать язык и речь, так как это разные явления действительности [Смирницкий 1954]. При этом ученый выступает за первичность языка, но в отличие от Ф. де Соссюра относит материальную, звуковую сторону к языку, а не к речи. Кроме того, А. И. Смирницкий выразил важную мысль: не все, что встречается в речи, есть в языке, соответственно, изучая речь, мы не в полной мере познаем язык [Там же].

Однако Э. Косериу (E. Coseriu) оспаривает мнение Ф. де Соссюра и А. И. Смирницкого о первичном изучении языка. Ученый предлагает «принять речь за норму всех прочих проявлений речевой деятельности (включая «язык»)» [Цит. по Косериу 1963: 157]⁸. Он считает, что речь является источником всех языковых изменений (не только диахронических, как отмечал Ф. де Соссюр, но и синхронных). По Э. Косериу, изучать необходимо именно

⁸ Монография Э. Косериу «Синхрония, диахрония и история» была впервые опубликована в 1958 году. Русский перевод вышел в 1963 году.

речь, но при этом недопустимо резко противопоставлять понятия *язык* и *речь* [Цит. по Косериу 1963].

Очевидно, что у исследователей складываются различные мнения о предмете изучения лингвистики и соотношении *языка* и *речи*. В числе тех, кто выступает за противопоставление данных понятий помимо Ф. де Соссюра, А. И. Смирницкого, был, например, В. А. Звегинцев. Ученый видит в речи средство общения, а в языке — «дискретизацию смыслового содержания» [Звегинцев 2001: 217–218] и отмечает двойственность объекта лингвистики. Данные ученые придерживаются дифференцирующего подхода и выдвигают приоритеты в изучении языка или речи. В то же время ряд учёных заявляют о взаимосвязи между данными понятиями. Как отмечают Ф. М. Березин и Б. Н. Головин, «в языке — “набор” единиц общения и система “правил”, в речи — “выбор” из “набора” и реализация правил» [Березин, Головин 1979: 21]. Их взгляды разделяет Г. Гийом, который выступает за комплексное изучение этих понятий, так как речевая деятельность складывается из внутреннего универсума человека (языка) и отношения человека к человеку (речи). Язык находится на уровне потенции, а речь — на уровне реализации [Гийом 1992]. То есть, хотя язык и речь выполняют различные функции в процессе совершения речевого действия, они неотъемлемы друг от друга.

Следует обратить внимание на то, что независимо от того, как ученые изучают язык и речь (дифференцированно или комплексно), в какой-то мере они поддерживают разделение языка и речи, предложенное Ф. де Соссюром.

Однако совсем другую позицию занимает В. Г. Костомаров, который вовсе не согласился с соссюрской дихотомией языка и речи, полагая, что «для нужд стилистики противопоставление это не имеет объяснительной силы и только запутывает и без того достаточно запутанные проблемы» [Костомаров 2005: 53]. Ученый вслед за В. Гумбольдтом придерживается того мнения, что

«для стилистики ценно понимание языка в исторической перспективе как процесс, а не просто застывшей сущности, вещи» [Там же: 54].

Таким образом, соотношение понятий *язык* – *речь* изучается в нескольких направлениях: На основе принятия теоретического разделения Ф. де Соссюра, с одной стороны, развивается учение о разграничении *языка* и *речи* как противопоставляющих предметов исследования лингвистики (В. А. Звегинцев, А. И. Смирницкий и др.), с другой стороны исследователи уделяют внимание взаимосвязи и неделимости данных понятий (Ф. М. Березин, Б. Н. Головин, Г. Гийом, Л. В. Щерба и др.). В то же время есть ученые, которые вовсе не принимают концепцию Ф. де Соссюра, а поддерживают точку зрения В. Гумбольдта, и не проводят отчетливую границу между языком и речью (В. Г. Костомаров и др.).

Учитывая данные разъяснения понятий *язык* и *речь*, мы полагаем, что язык и речь — хоть и разные, но неразделимые понятия. Придерживаясь толкования Ф. де Соссюра, отмечаем, что язык — это социальное явление и упорядоченная система знаков, в которой существуют правила их использования и которая изменяется с развитием общества, а речь — это индивидуальное явление, динамичное, процесс передачи мыслей с помощью языковых средств в разных ситуациях общения. Язык не может существовать без речи, он станет мертвым, а речь создается с помощью языка, соответственно изучать их необходимо комплексно. Именно такой подход представляется нам продуктивным в изучении текста. Так как текст создается благодаря языковым единицам и согласно грамматике определенного языка с целью отражения мысли автора текста.

Бесспорно, соссюровская дихотомия языка и речи оказала сильное влияние на развитие лингвистики, помогла уточнить предмет исследования и методы изучения речевой деятельности. Благодаря дискуссии ученых о соотношении понятий *язык* и *речь* расширяется круг исследований в лингвистике. В XX-ом веке лингвисты уделяют внимание всем аспектам

речевой деятельности, происходит «лингвистическая экспансия» [Кибрик 1987: 35], в результате которой исследование особенностей функционирования языка при его использовании в конкретных речевых ситуациях становится важнейшей задачей лингвистики. Кроме того, лингвисты стали учитывать разновидности речи, например, по форме использования языка речь бывает устной и письменной. Соответственно, изучение функционирования языковых единиц возможно на материале как устных, так и письменных текстов.

Таким образом, в XX-ом веке изменилось направление исследований. В центре внимания ученых оказывается не только структура языка (языковые единицы), но и факторы, влияющие на порождение и понимание высказывания (интенция, цель общения и т. д.). В связи с этим на рубеже 1960-х — 1970-х гг. широкое признание получила прагматика — раздел языкознания, в рамках которого изучается смысл высказывания, использование языка в конкретном контексте, а также разрабатывается понятие речевого акта. Философский и семиотический основы прагматики были заложены Ч. С. Пирсом (C. S. Peirce), сформулировавшим философскую концепцию прагматизма, в которой внимание уделяется выбору действий в пользу инициатора общения, а слова и мысль рассматриваются как инструмент для достижения успеха. Ученый отметил, что в понятие знака включены не только денотат/объект, но и «интерпретант», то есть смысл знака, интерпретированный человеком и способный вызывать определенные эмоции у людей, повлиять на их поведение или сознание [Peirce 1931 Т. 1]. Ч. Пирс определил, что в общении люди будут использовать те языковые знаки, которые выгодны им для выражения своих мыслей и достижения цели коммуникации.

Термин «прагматика» был введен в научный обиход последователем Ч. Пирса, Ч. У. Моррисом (C. W. Morris). В работе «Основания теории знаков» («Foundations of the Theory of Signs», 1938) исследователь определяет предмет изучения прагматики — отношения между знаками и теми, кто использует эти знаки, между субъектами и адресатами речи [Morris1938]. Идеи Ч. Морриса

поддерживают и дополняют многие исследователи, в частности Р. Карнап (R. Carnap) включает в область прагматики не только субъект и знаки, а также *десигнаты* — значение и смысл слова [Carnap 1942]. Опираясь на результаты Ч. Морриса и Р. Карнапа, И. Бар-Хиллел (Yehoshua Bar-Hillel) в статье «Индексальные выражения» («Indexical Expressions», 1954) указал, что денотат слова или выражения не может быть установлен вне контекста [Bar-Hillel 1954]. Несмотря на то что ученый сузил объект своего исследования, ему удалось определить важную составляющую прагматики — контекст, который впоследствии стал предметом многих лингвистических исследований.

Итак, на первом этапе развития прагматики (1930-50-е гг.) Ч. Пирс, Ч. Моррис, Р. Карнап и другие ученые указали на связь между знаками и их пользователями, конкретизировали объект прагматики, подчёркивали прагматическое значение языковых единиц при их употреблении адресантом в речевой ситуации, т. е. в конкретном контексте, подтвердили необходимость исследовать функционирование и смысл высказывания в конкретном контексте с точки зрения и с позиции говорящего пользователя языка. Таким образом, уже в это время становится ясно, что смысл высказывания не равен сумме значений входящих в него слов.

Это положение легло в основу теории речевых актов (ТРА), которая окончательно сформировалась на втором этапе развития прагматики (1950-е – 1960-е гг.). Исследователи языка, в частности Г. П. Грайс (H. P. Grice), Дж. Остин (J. L. Austin), Дж. Серль (J. R. Searle), Л. Витгенштейн (L. Wittgenstein) и др. активно изучали понятие речевого акта, развивали понятие интенции и выдвигали принципы коммуникации, что позволило глубже раскрыть прагматическую функцию высказывания в коммуникативной ситуации. Именно под влиянием теории речевых актов прагматика сформировалась как отдельное направление в лингвистике.

Становлению теории речевых актов предшествовали идеи Л. Витгенштейна. В работе «Философские исследования» («Philosophische

Untersuchungen», 1953, русский перевод вышел в 1994 г.) исследователь оперирует теорией языковых игр и полагает, что язык и действия — это единое целое. Весь процесс употребления слов представляется им как игра. Ученый указывает на взаимосвязь языка с жизненными практиками, тем самым подчеркивает практическую значимость языковых единиц: «Следовать правилу, делать сообщение, давать задание, играть партию в шахматы — все это практики (применения, институты). Понимать предложение — значит понимать язык. Понимать язык — значит владеть некой техникой» [Цит. по: Витгенштейн 1994: 162]. Л. Витгенштейн обращает внимание на изучение языковых единиц с точки зрения практического применения языка и его функций.

Однако основоположником ТРА считается Дж. Остин, который в работе «Слово как действие» («How to do things with words», 1962, русский перевод вышел в 1986 г.) устанавливает, что «произнесение высказывания и есть осуществление действия» [Цит. по: Остин 1986: 27]. Суть данной концепции заключается в том, что язык используется для совершения действий (вопрос, приказ, просьба, обещание, извинение и др.), а не просто для передачи информации или изложения факта.

По мнению Дж. Остина, выполнить речевой акт значит: произнести членораздельные звуки, построить высказывание из слов данного языка по правилам его грамматики, а также соотнести высказывание с действительностью [Austin 1962]. Таким образом, выделяются три этапа речевых актов:

- 1) локутивный акт — произнесение высказывания (фонетический, фатический и ретический акты);
- 2) иллокутивный акт — связан с коммуникативной интенцией говорящего;
- 3) перлокутивный акт — достижение цели коммуникации, воздействие на адресата [Там же].

Дж. Остин не дает определение понятиям *локуция*, *иллокуция* и *перлокуция*, а лишь приводит следующие примеры: «локутивный акт — “Он сказал, что...”, иллокутивный акт — “Он доказывал, что...” и перлокутивный акт — “Он убедил меня, что...”» [Цит. по: Остин 1986: 88]. В связи с этим мы приводим свои разъяснения данных действий: в ходе локутивного акта говорящий/пишущий использует различные языковые средства для формулирования своих мыслей, передачи информации, а в ходе иллокутивного акта он выражает иллокутивную цель общения (прямо или косвенно) в зависимости от условий коммуникации. На уровне перлокутивного акта говорящий/пишущий уделяет внимание результатам воздействия на адресата, успешности или неуспешности речевого акта.

Согласимся с Дж. Остином, что границы данных актов весьма условны, так как в реальной коммуникации их трудно разделить: «Обычно осуществление локутивного акта одновременно и тем самым является осуществлением иллокутивного акта» [Цит. по: Остин 1986: 86]. Причём иллокутивный акт невозможен без перлокутивного. Высказывания оказывают воздействие на чувства, сознание или поведение адресата, зачастую это целенаправленное и намеренное действие. Иными словами, речевой акт является одновременно локутивным, иллокутивным и перлокутивным.

Идеи Дж. Остина развиваются в работах его последователя — Дж. Р. Сёрля, который также внес значительный вклад в разработку теории речевых актов. Во-первых, он переосмыслил трехуровневое образование речевого акта Дж. Остина и предложил выделять 4 этапа:

- 1) Акт произнесения (локуция);
- 2) Пропозициональный акт (пропозиция);
- 3) Иллокутивный акт (иллокуция);
- 4) Перлокутивный акт (перлокуция).

Вместо локутивного акта Дж. Сёрль предлагает исследовать акт произнесения и пропозициональный акт. В пропозициональный акт

включаются акт референции, с помощью которого говорящий указывает на лицо или предмет, и акт предикации, в котором говорящий приписывает какой-то признак референту, выделенному в высказывании [Searle 1965]. По сравнению с Дж. Остином Дж. Сёрль представил более детализированную структуру речевого акта, но и сузил сферу её применения в исследованиях. На наш взгляд, структура Дж. Сёрля больше подходит для изучения устной речи и однофразового высказывания.

Во-вторых, учёный указал на то, что использование языка в процессе речевого акта регулируется правилами. В работе «Что такое речевой акт?» («What is a speech act?», 1965, русский перевод вышел в 1986 г.) Дж. Сёрль представил два вида правил: регулятивные и конститутивные. Первые правила направлены на регулирование отношений, существующих независимо от них, например, правила этикета. Вторые правила не только регулируют, но и создают или определяют новые формы поведения. Например, правила в играх. По мнению исследователя, речевые акты совершаются в соответствии с конститутивными правилами [Цит. по: Сёрль 1986б], которые определяют условия успешности коммуникации.

В-третьих, Дж. Сёрль выдвинул понятие косвенных речевых актов, под которыми понимал «случай, когда один иллокутивный акт осуществляется опосредованно, путем осуществления другого» [Там же: 196]. В косвенных речевых актах адресант передает адресату больше информации, чем сообщается в предложении, то есть добавляет в высказывание дополнительное значение, подтекст. Вопрос о косвенных речевых актах имеет особое значение не только для развития теории речевого актов, но и для изучения значений высказываний, речевых стратегий и т. д.

В-четвертых, ученый определил, что минимальной единицей общения является не слово или предложение, а речевой акт.

Следует признать значимость результатов работ обоих исследователей (Дж. Остина и Дж. Сёрля), они отражают суть теории речевых актов,

характеристики речевого акта и не теряют свою актуальность. Благодаря их трудам теория речевых актов стала одной из главных теорий лингвопрагматики и привлекла внимание многих исследователей к изучению разных её аспектов. Например, были опубликованы работы по изучению интенции (P. F. Strawson), перформативного глагола (A. Wierzbicka), косвенных речевых актов (D. Gordon, G. Lakoff) и самое главное — разрабатывалось понятие речевого акта.

Понятие речевого акта описывается учеными с разных точек зрения, Х. Изенберг (H. Isenberg) подчеркивает важность нормативного аспекта речевого акта, то есть соблюдение правил языка в процессе коммуникации [Isenberg 1976]. Э. Ланг и Р. Штайниц (E. Lang, R. Steinitz) включают в описание речевого акта контекст, а также роли говорящего и слушающего, взаимодействующих в рамках конвенции и норм общения [Lang, Steinitz 1978], поэтому их подход можно признать более полным по сравнению с критерием Х. Изенберга. Тем не менее исследователи игнорируют целенаправленность речевого общения. Внимание этому фактору уделяет Т. ван Дейк, который подчеркивает, что своеобразной задачей речевого акта является воздействие на сознание адресата, принимающего и интерпретирующего высказывание говорящего [Dijk 1981].

Несмотря на множество трактовок, предложенных исследователями, на наш взгляд, наиболее соответствует целям нашего исследования определение Н. Д. Арутюновой, согласно которой речевой акт представляет собой «целенаправленное речевое действие, совершаемое в соответствии с принципами и правилами речевого поведения, принятыми в данном обществе; единица нормативного социоречевого поведения, рассматриваемая в рамках прагматической ситуации. Основными чертами речевого акта являются: намеренность (интенциональность), целеустремленность и конвенциональность» [Арутюнова 1998: 412].

Таким образом, речевой акт — это многоаспектное понятие. Ученые продолжают исследовать сущность этого явления, однако их определения не

выходят за рамки характеристик, первоначально установленных Дж. Остином, то есть, при реализации речевого акта говорящий/пишущий: 1) совершает произнесение или написание предложения, которое соответствует правилам или конвенциям языка, 2) выражает свою интенцию коммуникации и 3) воздействует на адресата. Следовательно, в нашем исследовании мы опираемся на точку зрения Дж. Остина, основоположника теории речевых актов.

Процесс становления и развития ТРА можно считать плодотворным, но не завершенным, поскольку некоторые аспекты остаются дискуссионными. Тем не менее, на наш взгляд, ТРА имеет перспективы и возможности применения в современной лингвистике, в частности понятие речевого акта может быть использовано для изучения текста в рамках прагматического подхода.

Под прагматикой текста мы понимаем «аспект функционирования языковых единиц, выбор которых определяется интенциональными воздействующими задачами отправителя текста, учитывающего ситуативные условия акта общения и принятые в данном функциональном стиле нормативные способы употребления языка» [Матвеева 1984: 7].

В рамках прагматического подхода изучением текста занимались еще такие ученые, как: И. Р. Гальперин, К. Гаузенблаз (K. Hausenblas), В. Дресслер (W. U. Dressler), Г. А. Золотова, Х. Изенберг (H. Isenberg), Г. Я. Солганик, Р. Харвег (R. Harweg), П. Хартманн (P. Hartmann), З. Шмидт (S. Schmidt) и др. В их работах установлено, что текст, как результат коммуникативного процесса, характеризуется структурной связностью, смысловой целостностью и общей прагматической направленностью. Текст — это «результат целенаправленного речевого творчества, целостное речевое произведение» [Солганик 2006: 181], которое выступает как основная единица коммуникации и создается адресантом не только для передачи информации, но и для воздействия на адресата. Ведущую роль в этом процессе играет коммуникативное намерение, интенция адресанта, согласно которой он отбирает языковые единицы и формирует свои высказывания с целью воздействия на других. Именно это

положение дает основание обратиться к ТРА и самому понятию речевого акта, в котором признается важность интенциональности коммуникации.

Так как текст имеет коммуникативную цель, многие ученые подчеркивают, что его можно рассматривать как речевой акт или речевое действие (А. А. Акишина, Л. Г. Бабенко, Э. Косериу А.К. Михальская и др.). Данная позиция позволяет нам также использовать ТРА и понятие речевого акта по отношению к текстам, которые мы будем изучать.

Так, Э. Косериу полагает, что текст представляет собой «речевой акт или ряд связанных речевых актов, осуществляемых индивидом в определенной ситуации» [Косериу, 1977: 515].

Такого же мнения придерживаются другие ученые. В частности, А. А. Акишина подчеркивает текст как «любой речевой отрезок, который исчерпывает целевую заданность говорящего (пишущего) по отношению к ситуации» [Акишина 1979: 59]. А. К. Михальская также отмечает, что текст отличается целенаправленностью и «называется в неориторике и прагматике «речевой акт», речевой поступок, речевой действие» [Михальская 1996: 56]. Обобщая мнения вышеперечисленных ученых, Л. Г. Бабенко характеризует текст как «сложный речевой акт, который осуществляется с определенными намерениями и целями и в котором используется комплекс языковых средств и приемов воздействия на адресата» [Бабенко 2004: 20].

В данных определениях отражается прагматическая установка текста и модель его порождения, которая соответствует трехуровневому образованию речевого акта Дж. Остина: локутивный акт, иллокутивный акт и перлокутивный акт.

Таким образом, понятие речевого акта не ограничено устной речью или отдельными предложениями, а применимо к изучению письменного текста (А. А. Акишина, Л. Г. Бабенко, Э. Косериу А.К. Михальская и др.). В работах современных ученых в рамках теории речевых актов изучаются тексты разных жанров и типов. Например, И. С. Строева выделяет речеактовую модель текста

объявления рекламного типа [Строева 2008]. Т. Б. Радбиль, В. А. Юматов пишут об успешном применении ТРА в судебной лингвистической экспертизе [Радбиль, Юматов 2013]. В нашем исследовании речевой акт используется для изучения текстов СМИ.

Опираясь на структуру Дж. Остина, мы предполагаем, что речевой акт может быть записан и реализован в виде письменного текста с соблюдением трех этапов: локуции (фонетический акт, фатический акт и ретический акт), иллокуции и перлокуции.

На этапе *локуции* в письменном тексте пишущий тоже может совершать *фонетический, фатический и ретический* акты. *Фонетический акт* происходит в сознании пишущего при кодировании письменного текста. Это объясняется тем, что, во-первых, письменная речь (письмо и чтение) перешифровывается со звука на букву и наоборот. Например, из-за сложного непрерывного письма греческие читатели могли на слух расшифровывать написанное [J. Svenbro 1988]. Как отмечает В. П. Глухов, «письменная речь включает ряд процессов фонематического уровня — поиск отдельных звуков, их противопоставление, кодирование отдельных звуков в буквы, сочетание отдельных звуков и букв в целые слова» [Глухов 2005: 134]. Таким образом, звуковой и буквенный состав языка неразделимы и взаимосвязаны.

Во-вторых, кроме внешней речи, которая может быть представлена в устной и письменной форме, у людей возникает внутренняя речь — «незвучащая, немая речь, т. е. речь минус звук» [Выготский 1934: 277], которая выполняет функцию мышления [Соколов 1967]. Например, человек может слышать в голове собственный голос при чтении про себя, при этом могут напрягаться соответствующие мышцы речевого аппарата. По аналогии с этим фактом мы полагаем, что при письме адресант также проговаривает про себе им написанное. То есть при кодировании письменного текста происходит полноценный речевой акт, но его фонетическая часть — «фонетический акт» — внутренний.

С одной стороны, фонетический акт – «это просто акт произнесения определенных звуков», с другой стороны, он является частью локуции [Цит. по: Остин 1986: 84], т. е., если далее развивать мысль о внутреннем фонетическом акте, произнесенные про себя слова должны соответствовать конкретному словарю и конкретной грамматике, то есть включают в себя «фатический акт».

Фатический акт рассматривается как часть процесса построения речи, в связи с этим как устная, так и письменная речь формулируются по соответствующим правилам грамматики, однако письменный текст имеет более строгую логическую и синтаксическую языковую организацию.

Ретический акт — выражение смысла высказывания с помощью языковых средств. В отличие от устной речи, в которой говорящий может видеть реакцию слушающего и регулировать свою речь в рамках ситуации, в письменной речи отсутствует собеседник. Адресант только прогнозирует своего читателя и его реакцию на текст, поэтому «письменная речь должна быть максимально синсемантическая (контекстуально «семантически наполнена»), а языковые средства (лексические и грамматические), которые она использует, должны быть адекватными для выражения содержания передаваемого сообщения» [Глухов 2005: 132], чтобы читатели могли понять смысл текста и чтобы была достигнута коммуникативная цель адресанта.

Исходя из вышесказанного, мы утверждаем, что *локуция* может реализоваться и при кодировании письменного текста. Как устная, так и письменная речь являются формой речевой деятельности. Речевой акт в форме письменного текста реализуется в коммуникации между пишущими и читателями.

На этапе *иллокуции* созданный автором письменный текст имеет иллокутивную цель, которая определяется как понятие плана пишущего, нацеленного на то, чтобы влиять на сознание или поведение читающего в своих интересах [Lyons 1981]. Понятие иллокутивной цели соотносится с намерением, интенцией адресанта, которая является импульсом произведения текста. Мы

полагаем, что текст в качестве речевой единицы реализует единую общую интенцию или одну типовую интенцию в общении. Поскольку понимание интенции играет важную роль в нашем исследовании, мы изложим это в отдельном параграфе (§1.2.2 Речевые стратегии и интенция).

На этапе *перлокуции* текст может воздействовать на адресата, производить перлокутивный эффект.

Следовательно, учитывая особенности речевого акта (Н. Д. Арутюнова, Т. ван Дейк, Х. Изенберг, Э. Ланг и Р. Штайниц и др.) и опираясь на структуру Дж. Остина, мы можем рассматривать письменный текст как речевой акт, и в рамках этого понятия изучать создание и восприятие текста СМИ. Отметим, что наш выбор его концепции обусловлен тем, что структура речевого акта, предложенная Дж. Остином шире, чем у Дж. Сёрля. На наш взгляд, пропозициональный акт, выдвинутый Дж. Сёрлем не подходит для изучения связанного письменного текста. По мнению учёного, любое предложение, которое используется для совершения речевого акта, имеет две части: суждение и функции [Цит. по: Сёрль 1986]. Однако согласно признакам связности и целостности, письменный текст, особенно новостные тексты, состоит из множества предложений, которые взаимодействуют друг с другом и реализуют общую коммуникативную цель. То есть, текст имеет общее суждение, выполняет единую функцию в обществе, что нарушает идеи Дж. Сёрля.

В заключение отметим, что с прагматической точки зрения анализ текста как речевого акта выдвигает функциональный аспект текста на первый план. В рамках данного подхода особое внимание уделяется изучению интенции адресанта, способов выражения информации, отношения адресанта к сообщаемому и т. д. Такой анализ помогает раскрыть значение языковых единиц в их конкретном употреблении и смысловое содержание текста. Прагматический подход послужил основой для развития других подходов к изучению текста, например, коммуникативно-дискурсивного и когнитивного анализа. Итак, в нашем исследовании мы считаем речевой акт базовым

понятием для изучения коммуникативной и воздействующей функций текста СМИ, способов их реализации с помощью речевых стратегий и тактик. На основе этого тезиса опубликована статья «Речевые стратегии и тактики речевых актов-директивов в медиатекстах, освещающих кампанию по вакцинации от коронавируса» [У Сяохун, 2021б].

1.1.2 Когнитивно-дискурсивный подход к изучению текста

В рамках прагматического подхода текст рассматривается как речевой акт, который реализуется адресантом с определенной интенцией и оказывает воздействие на адресата благодаря целесообразному использованию различных языковых средств. Такой подход раскрывает связи между языковыми высказываниями и социальными действиями. Текст изучается как целостное речевое произведение, обладающее коммуникативными возможностями.

В то же время исследование связи языка с сознанием и действительностью положило начало становлению когнитивно-дискурсивного подхода к анализу текста. В рамках этого подхода языковые явления рассматриваются «в единстве выполняемых ими функций — когнитивной и коммуникативной» [Губик 2006: 11]. Следует отметить, что соотношение когнитивного плана с дискурсивным можно описать как часть и целое. Рассмотрим вклад каждого подхода из них в создание данной парадигмы лингвистических исследований.

Дискурсивный анализ в основном направлен на «изучение взаимодействия между языковыми/речевыми средствами и определенными типами социально-коммуникативных практик» [Колокольникова 2012: 3]. Соответственно, дискурсивный анализ текста предполагает выполнение следующих задач: 1) исследовать текст в естественных условиях «реального мира»; 2) уделить внимание социальной организации языковой коммуникации; 3) рассмотреть текст как действие, совершенное адресантом в определенных

социальных условиях, которые определяют вариативность интенции и языковые средства её реализации; 4) проявлять интерес к риторическому аспекту текста, суть которого заключается в раскрытии коммуникативной цели речевого произведения; 5) учитывать когнитивную направленность, нацеленную на решение вопросов взаимодействия внешнего и внутреннего миров человека [Макаров 2003, Ермакова 2014]. Процесс реализации дискурсивного анализа может проходить в двух направлениях: «сверху вниз» (дедуктивный метод) и «снизу вверх» (индуктивный метод). В рамках первого подхода анализ текста начинается с формирования представления о контексте. Затем исходя из контекста анализируются языковые средства. В отличие от этого направления анализ «снизу вверх» начинается с исследования используемых языковых средств в тексте и завершается распознаванием контекста [Климченко 2019]. В нашей работе мы учитываем задачи дискурсивного анализа и принимаем дедуктивный подход («сверху вниз») для анализа текста СМИ, т. е. сначала формируем представление о контексте (например, ситуации коммуникации), распознаем общий смысл текста и интенцию адресанта, а затем анализируем используемые языковые средства, которые помогают адресанту реализовать свою коммуникативную цель.

Если прагматический подход фокусируется на теоретических положениях, к примеру, раскрывает речеактовую модель общения, важные компоненты речевого действия, такие как интенция, цель коммуникации и т. д., то дискурсивный подход уделяет внимание процессу конкретного использования языка в речевой практике, в частности способам отражения интенции, условиям реализации определенной коммуникативной цели и др.

Дискурсивный подход опирается на базовое понятие — «дискурс», которое было предложено Т. А. ван Дейком. По его мнению, дискурс — это коммуникативное событие [ван Дейк 1989], которое включает в себя не только языковые, но и внеязыковые аспекты (ситуацию общения, цели и установки коммуникантов и др.). Т. А. ван Дейк поясняет, что дискурс происходит между

адресантом и адресатом в процессе коммуникации в определенном временном, пространственном и ином контексте [ван Дейк 1989].

Особую значимость имеет определение дискурса, предложенное Н. Д. Арутюновой: «Дискурс (от франц. *discourse* — речь) — это связанный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийной аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс — это речь, погруженная в жизнь» [Арутюнова 1990: 136–137]. При таком понимании, с одной стороны, дискурс относится к реальной речевой ситуации (имеет контекст). С другой стороны, дискурс сочетает в себе лингвистические и экстралингвистические факторы (ментальные способности коммуникантов, социокультурные правила, стратегии порождения текста в определенных условиях и др.). Точку зрения Н. Д. Арутюновой разделяет Н. И. Формановская, которая отмечает, что результатом общения является текст, поэтому дискурс упакован в текст [Формановская 2000]. Видно, что дискурс является единством высказывания и коммуникативной ситуации, совмещением лингвистических средств и экстралингвистических причин порождения высказывания. Он как «комплексный коммуникативно-речевой процесс, включающий текст(ы) в неразрывной связи с ситуативным контекстом» [Чернявская 2002: 230].

Итак, дискурс рассматривается не только в связи с лингвистическим аспектом (языковые единицы создания текста), но и с экстралингвистическими факторами (контекст, цель, интенция адресанта, знания о мире и др.). Дискурс является речемыслительной деятельностью, цель которого — получение новых знаний или уточнение и изменение уже существующих в сознании адресата знаний. Следовательно, дискурс также понимается как сложная система знаний и их реализации в текстовой деятельности, что объясняет необходимость применения и когнитивного анализа, например, интегрированных когнитивных

моделей анализа дискурса. Поскольку «понимание текста предполагает не только знание языка, но и знание мира» [ван Дейк 1989: 87].

К примеру, Т. А. ван Дейк обращается к ситуационной модели, в которой лежат «личностные знания носителей языка, аккумулирующие их предшествовавший индивидуальный опыт, установки и намерения, чувства и эмоции» [Караулов, Петров 1989: 9]. Т. е. восприятие и интерпретация любого события зависят от нашей модели ситуации, которая в свою очередь состоит из различных категорий. Когнитивные модели исследования могут быть разными. О. С. Иссерс опирается на модель мира, которая играет важную роль в процессе воздействия на адресата. «Модель мира включает знания о физическом, эмоциональном, социальном, культурном мире» [Иссерс 2009: 35]. У каждого человека или социальной группы есть своя модель мира, выраженная с помощью языка. Иными словами, при изложении объективной действительности адресант может использовать определенные языковые средства в рамках своей модели мира. Данная модель применима для изучения текстов СМИ разной направленности. Например, взаимоотношения между Россией и Китаем по модели мира российских СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², представлены как дружественные, что передается с помощью языковых единиц с позитивным значением, а СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², опираются на противоположную модель мира. Следовательно, в текстах СМИ разной направленности используются различные языковые средства, с помощью которых отражаются их модели мира и оказывается воздействие на адресата.

Несомненно, учет когнитивных механизмов кодирования текста имеет необходимость при анализе текста, так как выявляет связи между объективной действительностью, коммуникативной ситуацией и речевым произведением, в котором используются различные языковые единицы. Как отмечается в работе Т. В. Романовой, «когнитивный анализ текста предполагает не только и не столько самостоятельный речевой и языковой анализ, сколько анализ через речь

и язык процессов восприятия (понимания) и продуцирования текста, что требует привлечения знаний о таких психических процессах, как память, воображение, чувственное восприятие и т.д.» [Романова 2013: 493]. Иными словами, кодирование и декодирование текста невозможно без учета когнитивных знаний, так как «языковые структуры, подлежащие обработке, (в том числе и текст) считаются репрезентирующими в памяти человека внешний мир и представляющими собой его ментальные модели» [Кубрякова 1996: 81–82]. В рамках когнитивного анализа внимание уделяется языковым единицам речевого произведения, используемым в конкретной речевой ситуации, как средствам отражения структур сознания адресанта.

В нашей работе сочетаем анализа языковых средств и когнитивных структур, что помогает нам узнать модель мира гиперадресанта и распознать его интенцию в конкретной сфере коммуникации.

В связи с этим, мы полагаем, что в дискурсивный подход включена когнитивная составляющая. Чтобы породить и понимать текст необходимо соотнести коммуникативную ситуацию с определенной ментальной сферой (определенными знаниями) и с конкретными когнитивными моделями. Таким образом, мы можем говорить о синтезе аспектов в единый когнитивно-дискурсивный подход к изучению текста как речевого акта. Если дискурсивный анализ нацелен на изучение внешнего мира человека в процессе создания речевого произведения (например, коммуникативной ситуации), то когнитивный анализ – на раскрытие сути внутреннего мира человека (например, модель мира) в этом процессе. На наш взгляд, необходимо объединить эти два метода при анализе коммуникативного назначения текста и языковых средств его реализации.

Тем не менее, подчеркнем, что в нашем исследовании применяется комплексный подход с включением в него прагматического, когнитивно-дискурсивного анализов материала. В рамках прагматического подхода определяется интенция, цель коммуникации и функция текста, а в рамках

когнитивно-дискурсивного подхода анализируются ситуация или условия порождения и восприятия текста, в которые включены реальная сфера коммуникации, целевые установки, личные качества коммуникантов и др., что помогает нам полностью проанализировать используемые речевые стратегии и языковые средства для реализации интенции текста.

1.2 Основные положения изучения речевых стратегий

1.2.1 Определение речевых стратегий и тактик

Понятие речевых стратегий исследуется в междисциплинарном аспекте. В своей работе «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи» (1999) О. С. Иссерс указала ряд предпосылок для междисциплинарного подхода к изучению данного языкового феномена: коммуникативные, когнитивные, лингвистические, социологические, психологические, риторические и эстетические [Иссерс 1999]. Опираясь на мнение О. С. Иссерс, мы предлагаем также учитывать прагматические предпосылки. Все перечисленные предпосылки доказывают, что понятие речевых стратегий не является принадлежностью только языкознания.

Термин «стратегия» произошел от древнегреческого **στρατηγική** (*stratēgia*), был заимствован из военной сферы и изначально обладал семантическим потенциалом для использования в тех сферах человеческой деятельности, где требуется планировать действия, чтобы активно влиять на ситуацию и изменять её в свою пользу.

В «Толковом словаре русского языка» (2003) Д. В. Дмитриева обозначено, что стратегией называется: 1) «область военного искусства, которая разрабатывает способы ведения крупных военных операций, войны; 2) предварительно составленный план долговременного руководства чем-либо с целью достижения практических результатов; 3) метод планирования какой-либо деятельности на длительную перспективу» [Дмитриев 2003: 1309].

Таким образом, первичное значение этого термина передает мастерство ведения военных действий, планирование ходов. Со временем у данного понятия сформировалось переносное значение — «искусство руководства общественной, политической борьбой, а также вообще искусство планирования руководства, основанного на правильных и далеко идущих прогнозах» [Ожегов, Шведова 2006: 772].

В лингвистических работах «стратегия» рассматривается как план проведения успешного речевого акта. Многие исследователи речевого общения (А. Вежбицкая, Т. Г. Винокур, Р. Р. Гельгардт, Т. ван Дейк, В. В. Дементьев, И. А. Стернин, Т. В. Шмелева, Л. П. Якубинский и др.) отмечают, что разговор или беседа представляют собой упорядоченное явление, поэтому можно утверждать, что любое речевое действие планируется и осуществляется с помощью речевой стратегии и ряда коммуникативных ходов.

Ученые рассматривают определение речевых стратегий в разных аспектах. Для нашей работы особую значимость имеют результаты исследований в **прагматическом** (В. В. Зеленская, В. Б. Кашкин, Е. В. Клюев, М. Л. Макаров, А. А. Романов, С. А. Сухих) и **когнитивном** (Т. А. ван Дейк, О. С. Иссерс, Т. В. Матвеева) аспектах.

Рассмотрим конкретные представления ученых о речевых стратегиях в этих двух аспектах. **В рамках прагматического подхода** речевая стратегия представляет собой поведение адресанта, реализующее иллокутивный потенциал в определенной ситуации, обусловленное планом достижения цели коммуникации [Романов 1988]. Как отмечают С. А. Сухих и В. В. Зеленская, речевая стратегия применяется адресантом для организации речевого воздействия на адресата [Сухих, Зеленская 1998]. В связи с этим под речевой стратегией можно понимать цикл действий по организации речевого акта для реализации адресантом своей коммуникативной интенции. Подобные взгляды имеют и другие ученые. Например, Е. В. Клюев и М. Л. Макаров, понимают речевую стратегию как набор действий, которые совершает адресант для

достижения заранее установленной коммуникативной цели [Клюев 2002; Макаров 2003].

Итак, в рамках прагматики речевая стратегия в основном проявляется в активности говорящего/пишущего, который по своей интенции устанавливает цель общения и применяет коммуникативные ходы для её реализации. Прагматический аспект больше сосредоточен на потребности говорящего/пишущего реализовать свою интенцию в процессе общения.

В отличие от прагматики **в когнитивной лингвистике** под речевой стратегией понимается роль языка в концептуализации и познании мира. Соответственно речевая стратегия рассматривается как способ обработки сложной информации в памяти [van Dijk, Kintsch 1983; Иссерс 1997]. В первую очередь ученые подчеркивают взаимосвязь языка и сознания, необходимость использования адресантом подходящих языковых единиц для того, чтобы помочь адресату адекватно интерпретировать информацию. Согласно А. Н. Баранову, в рамках когнитивного подхода речевая стратегия понимается как совокупность процедур над моделями мира коммуникантов общения [Баранов 1990]. Речевые стратегии предназначены для создания или преобразования базовых когнитивных категорий, чтобы лучше и точнее оформить свою мысль и воздействовать на модель мира адресата. Как отмечает Т. В. Матвеева, речевая стратегия «отражает мыслительный план общения посредством речи и организацию говорящим своего речевого поведения в соответствии с этим планом, а также условиями общения, ролевыми и личностными особенностями речевых партнёров, культурной традицией» [Матвеева 2010: 386].

Мы полагаем, что в когнитивном аспекте изучение речевой стратегии связано, прежде всего, с понятием речевого воздействия, которое эффективно только тогда, когда адресат принимает интенцию адресанта. Если при прагматическом подходе под речевой стратегией понимаются способы выражения адресантом коннотативного значения высказывания в конкретном

контексте, то при когнитивном подходе речевая стратегия рассматривается как средство, которое помогает адресату обработать информацию и принять мысли адресанта. Указанное распределение совпадает с двумя функциями речевой стратегии: порождением и восприятием высказывания.

Таким образом, речевая стратегия представляет собой сложное многоаспектное понятие. Трудности изучения речевых стратегий обусловлены междисциплинарным характером данного явления, отсутствием терминологической точности. Причем, исследователи рассматривают речевые стратегии в разных аспектах, при этом каждый из них старается дать своё определение. Мы полагаем, что в исследовании данного явления необходимо синтезировать прагматический и когнитивный подходы, так как цель реализации интенции состоит в речевом воздействии на адресата, при котором с помощью языка вводятся новые знания или модифицируются знания, уже имеющиеся в модели мира адресата.

Итак, синтезируя прагматический и когнитивный подходы, мы определили речевую стратегию как планируемый и используемый говорящим/пишущим способ речевого действия в соответствии с интенцией адресанта и для влияния на мышление и поведение адресата. Следовательно, при анализе речевых стратегий на материале нашего исследования мы опираемся на данное определение.

В то же время способы реализации речевых стратегий (тактики, языковые средства и приемы) привлекают большое внимание ученых. Речевая стратегия, как общий план или линия речевого поведения адресанта, реализуется с помощью речевых тактик. «Речевой тактикой следует считать одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии» [Иссерс 1999: 109–110], совокупность коммуникативных ходов [Клюев 2002]. Мы разделяем мнения ученых о том, что речевая стратегия и тактика находятся «в отношениях “общее-частное”» [Руженцева 2004: 10]. То есть понятие стратегии шире, чем понятие тактики, так как тактика осуществляется в рамках какой-

либо стратегии [Кашкин 2016].

О. С. Иссерс в своей работе «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи» (1999) указывает на разнообразие и гибкость способов реализации речевых стратегий через различные речевые тактики, коммуникативные ходы и приемы речевого воздействия [Иссерс 1999].

Итак, мы можем выстроить следующую цепь действий: речевая стратегия реализуется с помощью речевых тактик, а речевые тактики осуществляются с помощью коммуникативных ходов или различных языковых средств. Отметим, что в нашей работе не проводится анализ коммуникативных ходов, поскольку они ярко проявляются в межличностной коммуникации, ораторской речи, например, в выступлениях глав государств [Ехлакова, Иссерс 2022]. Помимо этого, коммуникативные ходы не являются предметом нашего исследования, а относятся к перспективам работы.

На наш взгляд, окончательное декодирование речевого акта в плане его стратегического назначения должно основываться на анализе языковых средств. Язык представляет собой основной инструмент общения и воздействия на сознание человека, поэтому каждая тактика реализуется с помощью языковых средств, которые исследованы нами на разных уровнях (лексическом, синтаксическом, стилистическом). Иными словами, мы полагаем, что выбор лексики и конструирование предложений говорящим определяются речевой стратегией и тактикой.

В любом речевом акте используются конкретные языковые средства. Обратим здесь внимание на характер языковых средств разных уровней. Самыми выразительными являются лексические языковые средства. На этом уровне наиболее очевидным способом выражения стратегического замысла автора является выбор слов, который представляет собой «субъективно-оценочный акт» [Чернявская 2006: 11]. Каждая языковая единица выбирается в соответствии с интенцией адресанта. «Важно, что выбор слова не только отражает различие в оценках (положительных или отрицательных), в эмоциях,

но и способен навязать другому определенное отношение к содержанию сообщения, т. е. направлять и управлять восприятием и пониманием» [Там же: 12]. Например, в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², адресант посредством лексики с негативным значением сообщает читателям о недостатках власти государства, чтобы сформировать отрицательное отношение к правительству у адресата, который в какой-то мере ожидает от таких изданий именно такого представления о правительстве.

На синтаксическом уровне исследуются экспрессивные возможности порядка языковых единиц, типы предложений и др. Адресант будет выстраивать предложения в соответствии со своими интенциями. В языке выделяются разные типы предложений. Например, по цели высказывания они бывают повествовательные, вопросительные и побудительные; по количеству основ — простые и сложные; по типу грамматической основы — двусоставные и односоставные и т. д.

Выбор и использование лексики и типов предложений соответствуют стилю текста, который также связан с намерением адресанта. Итак, независимо от того, какого уровня языковые средства применены, они нацелены на выражение точки зрения, замысла адресанта. Способы выражения могут быть прямыми или косвенными, но все они связаны с интенцией адресанта, которую считаем важным компонентом в составе речевой стратегии и тактики.

1.2.2 Речевые стратегии и интенция

Понятие интенции (от лат. *intentio* - "стремление") разрабатывается с давних пор. Изначально в Средневековье оно понимается философами с точки зрения практики, например у Блаженного Августина, интенция «обозначает направленность души к цели, т. е. к Богу» [Цит. по: Куренной 2006: 143], П. Абеляр в своей работе «Этика» (*Scito te ipsum*) (1132-1135 гг.) различил понятия *поступок* (*opus*) и *намерение* (*intentio*) и отметил, что намерение играет

значительную и даже решающую роль в действии и его следствии. Однако благодаря дальнейшему изучению этого понятия в интенцию были включены не только цель, но и средства ее реализации. Так, мыслитель А. Галес добавил в определение интенции «то, что позволяет нам прийти к цели» [Там же]. Фома Аквинский предполагал, что интенция (*intentio*) и выбор (*electio*) «составляют два конституирующих элемента направляемого практическим разумом свободного нравственного акта воли» [Там же]. Иными словами, проявление воли в действии осуществляется интенцией и отобранными средствами ее реализации.

Выйдя за пределы философии, понятие интенции стало применяться в лингвистике для анализа речевого действия. Последователи Дж. Остина (А. Вежбицкая, Г. П. Грайс, В. З. Демьяненко, И. М. Кобозева, Дж. Лакофф, О. Г. Почепцов, Р. Райт [R.Wright], Дж. Сёрль, П. Ф. Стронсон и др.) установили, что интенция в рамках иллокутивного уровня речевого акта определяет подтекст высказывания говорящего/пишущего и его функции в речевом действии. В частности, Г. П. Грайс понимает подразумевание высказывания говорящего/пишущего сквозь призму субъективного значения высказывания.

Г. П. Грайс определяет суть субъективного значения как намерение говорящего. В работе «Значение» («*Meaning*», 1957) ученый вводит понятия *естественного* и *неестественного* значения высказывания и определяет различия между ними. Естественное значение имеет каузальную связь. В неестественном значении отсутствует данная связь. Неестественное значение связано с субъектом, т. е. это значение, вкладываемое субъектом в высказывание. Г. Грайс также выделяет три вида значения в предложении — «значение предложения» — буквальное значения предложения, которое является предметом изучения семантики; «то, что сказано» — дополненное буквальное значение, выражающее суждение в предложении; «значение, вкладываемое говорящим» — вид значения, который связан с намерением и

служит базой. Ученый выступает за то, чтобы всесторонне и глубоко рассматривать смысл дискурса или высказывания с позиции говорящего. Причем, как он полагает, успешное речевое действие зависит от распознавания слушающим интенции говорящего [Grice 1957]. Итак, в общении говорящий/пишущий не только несет ответственность за содержание своего намерения, но и должен сделать субъективное значение выражения более явным посредством вербальных или невербальных средств. Только в случае, когда намерение адресанта распознано, можно считать речевой акт успешным, а речевые стратегии его реализации уместными.

В своей работе «Что такое речевой акт?» (1965) Дж. Сёрль вслед за Г. П. Грайсом продолжает излагать и развивать понятие субъективного значения, посредством которого он интерпретирует понятие интенции. С одной стороны, Дж. Сёрль полагает, что различие между просто произносимым или написанным высказыванием и высказыванием, совершающим иллокутивный акт заключается в том, что последнее обладает интенциональным значением и подразумевает что-либо. С другой стороны, дополняя идею Г. Грайса, он отмечает роль правила или конвенции в субъективном значении [Цит. по: Сёрль 1986]. Таким образом, Дж. Сёрль не только подчёркивает необходимость взаимодействия интенционального и конвенционального аспекта в совершении иллокутивного акта, но и важность того, как применяются языковые средства, как сочетаются языковые единицы по правилам или конвенциям для отражения субъективного значения высказывания. Иными словами, уместно и грамотно используемые речевые стратегии и языковые средства играют важную роль в реализации интенции.

Вслед за Г. П. Грайсом и Дж. Сёрлем мы понимаем интенцию как субъективное значение высказывания говорящего или пишущего и признаем роль языковых средств в отражении иллокутивного смысла высказывания. В то же время полагаем, что интенция, как причина порождения высказывания, играет также организующую роль для передачи и восприятия информации

сознанием адресата.

Речевое общение характеризуется социальностью, каждая языковая единица имеет свое собственное значение, которое может изменяться в зависимости от контекста. В случае, когда речевое общение проходит в разных ситуациях, используемые коммуникантами языковые единицы приобретают различные значения, которые определяются интенцией субъектов речи. Очевидно, что субъект, язык и интенция взаимосвязаны. По мнению О. Г. Почепцова «...человек — это деятель, язык — это орудие, а интенция соединяет их в речевую деятельность. Эти отношения можно выразить с помощью следующей формулы: человек + интенция + язык = речевая деятельность» [Почепцов 1986: 74]. В рамках нашего исследования «человеком/деятелем» мы считаем адресанта текста СМИ, «языком» — конкретные используемые речевые стратегии и способы их реализации. Таким образом, интенция является посредником между человеком и языком. С одной стороны, она влияет на отбор и применение речевых стратегий, с другой стороны, формируется в зависимости от характеристики адресанта, включая его модели мира в конкретных ситуациях.

Обобщая вышесказанное, мы можем сделать вывод, что интенция как основополагающий компонент общения представляет собой причину порождения высказывания, способствует выражению субъективного значения, добавленного говорящим к основной информации. Она реализуется в языковых средствах, которые используют адресанты в целях доведения этой интенции до сознания адресата.

Таким образом, речевая стратегия — это план для достижения установленной цели речевого общения, а интенция есть важная предпосылка и основа для построения этого плана. Реализуя интенцию в любом речевом действии, говорящий/пишущий поэтапно выполняет свой план с помощью использования языковых средств различных уровней. В процессе коммуникации важную роль играет как сама интенция, так и способы ее

реализации, это означает, что адресант должен выбрать наиболее эффективные речевые стратегии, чтобы достичь желаемого перлокутивного эффекта речевого акта.

1.2.3 Проблема классификации речевых стратегий

Следующая проблема нашего предмета исследования заключается в отсутствии единой классификации речевых стратегий и тактик. В лингвистике продолжаются дискуссии о том, по каким критериям их лучше систематизировать. Несмотря на накопленные теоретические и практические знания, эта тема еще не до конца изучена.

Трудность систематизации речевых стратегий состоит в том, что из-за гибкости и динамического характера речевые стратегии выделяются в большом количестве, и каждый исследователь предлагает свои критерии классификации. Более того, речевые стратегии могут изучаться в разных аспектах, поэтому на сегодняшний день нет единой, универсальной классификации речевых стратегий и тактик. Создание единой типологии речевых стратегий остается труднодостижимой задачей. В связи с этим мы рассмотрим существующие типологии речевых стратегий, чтобы выявить основные параметры выделения речевых стратегий в текстах СМИ.

1. С точки зрения степени «глобальности» намерений О. С. Иссерс делит речевые стратегии на общие и частные. Общие стратегии создаются в зависимости от социальных целей, например, «установление и поддержание статуса, проявление власти, подтверждение солидарности с группой и т. д.» [Иссерс 1999: 105]. Частные стратегии создаются с учетом конкретных речевых ситуаций и их целей. Например, общая стратегия дискредитации реализуется в частных стратегиях обвинения, оскорбления и насмешки. На наш взгляд, не во всех речевых ситуациях требуется выделение общих и частных речевых стратегий. Например, при создании и передаче информации в массовой

коммуникации у адресанта может быть только общая цель коммуникации, реализующаяся с помощью общей стратегии и соответствующих тактик.

По мнению О. С. Иссерс к общим речевым стратегиям по функциям относятся основные (семантические, когнитивные), которые непосредственно соотносятся с воздействием на адресата и вспомогательные стратегии (прагматические, диалоговые и риторические), способствующие оптимальному воздействию на адресата. В частности, О. С. Иссерс относит стратегию самопрезентации к вспомогательным стратегиям, но мы полагаем, что данная стратегия может определяться основной стратегией общения в определенных ситуациях, например, в «определенных имиджевых текстах» [Михайловна 2018]. В нашем исследовании также выделяется речевая стратегия самопрезентации как основная стратегия, с её помощью создается образ хороших отношений между Китаем и Россией в глазах аудитории [У Сяохун 2021a]. Итак, типология речевых стратегий может опираться на параметры степени глобальности намерения и функции, зато конкретные подгруппы используются в соответствии с определенными ситуациями общения.

2. Речевые стратегии распределяются по типам речевого воздействия. Например, в зависимости от интенции говорящего выделяют социальное воздействие (приветствие, благодарность и др.), оценочное и эмоциональное (упрёк, похвала, обвинение, угроза и др.), волеизъявление (приказ, просьба, совет и т. д.), разъяснение и информирование (объяснение, доклад, признание и т. д.) [Федорова 1991]. По характеру средств общения различают вербальное и невербальное речевое воздействие [Стернин 2001]. По характеру взаимодействия субъекта с объектом — прямое и косвенное воздействие. В первом случае субъект открыто выражает свои намерения объекту воздействия, во втором случае говорящий использует языковые средства в их непрямом значении [Гришечко 2008; Навасартян 2017]. Параметр речевого воздействия применим к нашему материалу. Итак, одним из важных теоретических выводов, сделанном нами по результатам изучения литературы, заключается в том, что

речевые стратегии могут совпадать с разновидностями речевого воздействия, особенно выделяемыми по интенции адресанта, наличие которой позволяет определить речевое воздействие как «речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, мотивационной обусловленности» [Иссерс 1999: 21].

3. Речевые стратегии выделяются в зависимости от сферы общения, которая является важным фактором классификации. К примеру, А. Е. Шерозия полагает, что в межличностном общении можно говорить о двух стратегиях: осознанной, применяемой преимущественно для достижения практической цели, и подсознательной - не спланированной заранее [Шерозия 1978]. Э. В. Акаева изучает медицинский дискурс (текст) и выделяет когнитивные (стратегий убеждения), прагматические (самопрезентация), диалоговые (организация диалога), риторические (мифологизация) стратегии [Акаева 2007]. В педагогическом дискурсе (тексте) речевые стратегии разделяются на императивные, информативные, коммуникативно-регулирующие, что позволяет планировать и реализовать речевое воздействие на учащегося в воспитательно-образовательных целях [Антонова 2007]. А. А. Горячев выделяет информационно-формирующие и оптимизирующие речевые стратегии на материале рекламного дискурса (текста) [Горячев 2010]. В политическом дискурсе (тексте) продуктивными стратегиями признают стратегию на повышение, стратегию на понижение и стратегию театральности [Михалева 2009; Аكوпова 2013]. Параметр сферы или ситуации общения учитывается нами при выделении стратегий в текстах СМИ, при этом в проанализированных нами материалах тоже используются стратегия на понижение и стратегия на повышение, поскольку международную деятельность лидеров двух стран (В. Путина и Си Цзиньпина) можно отнести к части политического текста. Мы полагаем, что сфера коммуникации представляет собой обязательный фактор типологии речевых стратегий. Согласимся с мнением М. Ю. Олешкова, который отмечает, что типологическое описание речевых стратегий должно учитывать фактор сферы общения коммуникантов, и удачной типологией является та,

которая привязана к определенному типу дискурса (текста) или сфере коммуникации [Олешков 2007].

4. Классификацию речевых стратегий можно составить и с опорой на принципы общения, которые применяются к осознанным и намеренным речевым действиям. Они регулируют речевые цели и содержание пропозиции. По **принципу кооперации**, выдвинутому Г. П. Грайсом в работе «Логика и речевое общение» («Logic and Conversation», 1975, русский перевод вышел в 1985 г.), речевые стратегии можно разделить на кооперативные и некооперативные. Суть принципа кооперации заключается в том, что участники общения должны стремиться к сотрудничеству. Принцип кооперации реализуется в 4 максимах: 1) максима количества — «говори столько, сколько необходимо, не больше и не меньше»; 2) максима качества — «говори правду»; 3) максима релевантности — «будь релевантным» и 4) максима способа — «говори ясно» [Цит. по: Грайс 1985: 217-237]. Иначе говоря, если говорящий соблюдает данные максимы, значит, он применяет кооперативные стратегии, в противном случае стратегии будут некооперативными.

Отметим, что кооперативные и некооперативные стратегии широко применяются в различных ситуациях, например, А. В. Радюк предлагает классификацию кооперативных стратегий в деловом дискурсе [Радюк 2013]. В нашей работе учет параметра принципа общения также является необходимым, поскольку в создании текстов СМИ адресант может соблюдать или нарушать принцип общения, чтобы достичь своей цели. Некооперативные речевые стратегии применяются для того, чтобы намеренно скрыть информацию и воздействовать на адресата, а кооперативные речевые стратегии — чтобы в полном объеме сообщить о случившемся. В то же время, возможно, возникает парадокс, который заключается в том, что стратегии некооперативности адресанта отвечают принципу кооперативности по отношению к адресату. Например, в СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², иногда именно посредством некооперативных речевых стратегий адресанты дискредитируют

глав государств и удовлетворяют запросы своей аудитории [Беневоленская, У Сяохун 2021].

5. М. Ю. Олешков обобщает различные типологии речевых стратегий и отмечает, что можно условно выделить речевые стратегии на три вида согласно интенции говорящего/пишущего: «1) дискурсивные стратегии, направленные на структурирование, организацию дискурса; 2) риторические стратегии, осуществляющие воздействие на партнера; 3) компенсационные стратегии, цель которых – коррекция коммуникативных ошибок» [Олешков 2007: 168]. Интенция адресанта является основой выделения речевых стратегий. В сфере массовой коммуникации адресант текста СМИ склонен к использованию риторических стратегий, чтобы оказать влияние на адресата.

Нетрудно заметить, что вышесказанные параметры пересекаются друг с другом. Мы можем выделить среди них такие типы, как параметр интенции/намерения общения, параметр цели общения, параметр правил общения и параметр ситуации общения. Мы полагаем, что данные параметры нельзя рассматривать изолированно, они представляют собой различные стороны речевого общения и могут одновременно применяться в оформлении речевых стратегий и тактик.

Итак, мы обобщили некоторые параметры классификации речевых стратегий, которые помогают выявить речевые стратегии при анализе текста. Существуют и другие различные типологии, кроме тех, что мы перечисляем. Вопрос о классификации речевых стратегий остается открытым.

В нашем исследовании с опорой на комплексный подход мы выделяем речевые стратегии, используемые в текстах российских СМИ, по интенции адресанта (автор и/или издание в целом) в различных ситуациях, учитывая особенности речевого воздействия и принципов общения. В частности, на интенцию адресанта в текстах СМИ влияет политика и общая направленность издания, что связано со спецификой сферы массовых коммуникаций.

1.3 Текст СМИ и его коммуникативная специфика

1.3.1 Масс-медиа и СМИ

Уточнение и различение понятий *масс-медиа* и *СМИ* всё ещё представляет собой сложную проблему в российском исследовании. Вслед за Е. Л. Вартановой мы считаем, что это явление можно назвать «терминологическим беспорядком», в котором «часто одинаковые понятия означают различные явления и, наоборот, одинаковые явления и процессы обозначаются российскими исследователями по-разному» [Вартанова 2019: 34]. Например, понятие «медиа» учеными трактуется и как «СМИ», и как «масс-медиа», а понятие «масс-медиа» употребляется как синоним «СМИ». Однако, на наш взгляд между ними существует разница.

Следует отметить, что в России термин *СМИ* возник раньше, чем *медиа* и *масс-медиа*. В нашем исследовании мы рассматриваем объём данных понятий вне зависимости от времени появления. Полагаем, что содержательно термин *медиа* шире, чем *масс-медиа* и *СМИ*.

Медиа происходит от латинского *medium* — «посредник». Изучением *медиа* занимаются различные исследователи, такие как М. Маклюэн, Л. М. Землянова, К. Б. Йенсен и др. В широком смысле *медиа* определяется как все предметы быта, технологии или различные виды коммуникации, которые расширяют человеческую личность [McLuhan 1964], в узком смысле — различные средства связи и способы передачи информации в коммуникации [Землянова 2004].

Становление и развитие этого понятия раскрывает И. В. Жилавская: первоначально словом «медиа» именовали людей, которые служили посредником между материальным и духовным мирами: (ср. *вошебник*, *шаман* и т. д.). Впоследствии это понятие трактовалось как среда, которая влияет на социальные мысли, и потом с развитием информационных технологий словом *медиа* стали обозначать средства массовой коммуникации [Жилавская 2016].

Итак, термин *медиа* представляет собой обширное понятие, в которое включаются все средства и приемы коммуникации, в том числе любые субстанции, с помощью которых эта связь или коммуникация создается (телевизор, радио, одежда, люди и т. д.).

Опираясь на содержательную основу понятия медиа, обратимся к его разновидности — *масс-медиа*, которое рассматривается как социальный институт, индустрия или технологии [Шапинская 2003; МакКуэйл 2013], с помощью которых распространяется информация для массовой аудитории. А. А. Кузнецов указывает на разницу в понимании этого термина в России и других странах: «за рубежом массмедиа обозначает определенную форму коммуникации для массы людей, которая ориентирована на передачу определенной информации <...> В России понятие массмедиа объединяет средства массовой информации и средства массовой коммуникации» [Кузнецов 2020: 539]. Т. е. различные средства массовой информации (СМИ) и их изучение относится к сфере масс-медиа.

Таким образом, масс-медиа являются частью медиа и посредником в налаживании массовой коммуникации. В то же время в российских работах понятие масс-медиа шире, чем СМИ (средства массовой информации).

Что касается определения термина *СМИ*, в научном обиходе также отсутствует единение. Например, в словаре-справочнике «Реклама и полиграфия» (2004) под редакцией С. И. Стефанова СМИ толкуются как «средства тиражирования, хранения и распространения информации для массовой аудитории» [Стефанов 2004: 280]. О. Г. Филатова добавляет корпоративный характер порождения и передачи информации в понятие СМИ [Филатова 2006]. Согласно толкованию «Большой актуальной политической энциклопедии», СМИ — это «комплекс изданий и технических средств» [Беляков, Матвейчева 2009: 378].

Чтобы полностью раскрыть данное понятие, кроме научных работ и словарей мы опираемся на закон РФ «О средствах массовой информации». С

юридической точки зрения «под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием)» [Федеральный закон №142 2011]. В этом определении к СМИ относятся конкретные способы передачи информации. Если к массмедиа относятся телевизор, радио, издательство и другие продукты индустрии, то к СМИ относятся конкретные телеканалы, радиопрограммы, издания и их продукты, такие как телетекст, видеозаписи, видеотекст и др.

Сравнив понятия масс-медиа и СМИ, мы полагаем, что масс-медиа выступают в роли посредника в создании массовой коммуникации, обеспечивают возможность сообщения информации посредством телевизора, радио, интернета и др. СМИ же представляют собой конкретные способы передачи информации и реализации массовой коммуникации. Таким образом, СМИ — это особый вид масс-медиа. Причем к отличиям СМИ можно отнести наличие медиатекстов (текстов СМИ), выражающих информацию вербально. Более того, по средствам распространения медиатексты могут быть представлены в виде письменных текстов, видео, радиопрограмм, фотоматериалов и т. д.

В нашей работе в качестве материала исследования были рассмотрены письменные тексты сетевых изданий СМИ (РИА-Новость, ТАСС, Российская газета), включая расшифровку радиотекстов (в изданиях Эхо Москвы³, Дождь⁴).

1.3.2 Текст СМИ как объект лингвистического исследования (в рамках прагматического и когнитивно-дискурсивного подходов)

Как мы уже отмечали в §1.1 «Современные лингвистические подходы к изучению текста как речевого произведения», изучение текста возможно в

рамках прагматического и когнитивно-дискурсивного подходов. На наш взгляд, данные подходы подходят и к изучению текстов СМИ (медиатекстов).

В рамках прагматического подхода текст СМИ выступает как речевой акт, поскольку текст СМИ соответствует таким основным чертам речевого акта, как: языковая конвенциональность (на этапе локуции), коммуникативная намеренность (на этапе иллокуции) и целенаправленное воздействие на адресата (на этапе перлокуции). Вместе с тем, сохраняя эти характеристики, текст СМИ имеет свою специфику. С помощью средств массовой информации реализуется коммуникация между адресантом (автор и/или издание в целом) и адресатом (массовая аудитория). Анализ конкретной ситуации и условий создания текста СМИ неотделим от когнитивно-дискурсивного подхода. Итак, оба подхода (прагматический и когнитивно-дискурсивный) важны для описания сущности и специфики текста СМИ (медиатекста).

По определению И. В. Рогозиной, «медиатекст представляет собой вербальное речевое произведение, созданное с целью осуществления опосредованной коммуникации в сфере средств массовой информации и характеризующееся явно выраженной прагматической направленностью, основной целью которой является социальная регуляция» [Рогозина 2003: 98]. Используя метод синтеза, ученый характеризует медиатекст и относит его к сфере СМИ, отличает его от устной речи или межличностного общения тем, что текст СМИ предназначен для массовой, прогнозируемой и дистанцированной аудитории. Этим обусловлены опосредованность данной формы коммуникации и функция социального воздействия.

Тексты СМИ можно назвать медиатекстами. По мнению Г. Я. Солганика, поскольку «медиатекст — это разновидность текста, принадлежащая массовой информации, характеризующаяся особым типом автора (принципиальное совпадение производителя речи и ее субъекта), специфической текстовой модальностью (открытая речь, многообразное проявление авторского я), рассчитанная на массовую аудиторию» [Солганик 2005: 15]. При таком

понимании тексты СМИ сохраняют признаки текста и выступают как инструменты коммуникации в сфере массовой информации. Помимо этого, тексты СМИ относятся к публицистическому стилю и требуют дифференцирующего изучения в зависимости от конкретной ситуации общения (радио-, телевизионные, газетно-публицистические тексты).

Т. Г. Добросклонская рассматривает медиатекст как базовую категорию медиалингвистики. По ее мнению, медиатекст — «объемное многоуровневое явление, в основе концепции которого лежит органичное сочетание единиц вербального и медийного ряда» [Добросклонская 2008: 19]. В этом определении отмечается необходимость соединения лингвистических и экстралингвистических факторов. Понятие медиатекст используется для текстов, которые рассчитаны на массовую аудиторию, сочетают в себе вербальные, визуальные или аудиовизуальные компоненты речи и распространяются посредством конкретных каналов.

Таким образом, медиатекст имеет свои свойства, к которым можно отнести медийность, массовость, функциональность, опосредованность и др., что помогает нам определить медиатекст как продукт массовой коммуникации, который создается автором или коллективом с целью воздействия на массовую аудиторию и создания социума.

В настоящее время при изучении текстов СМИ (медиатекстов) применяются различные методы лингвистического анализа: контент-анализ, дискурсивный анализ, семантический анализ, стилистический анализ и др. В нашей работе применяется комплексный, интегрированный подход, что позволяет раскрыть особенности текстов СМИ разной направленности, механизмы их создания и воздействия на массовую аудиторию.

Итак, опираясь на теорию речевых актов, мы рассматриваем медиатекст как целостный речевой акт в массовой коммуникации. Мы применяем прагматический подход для выявления намерения или интенции кодирования текста адресантом, а когнитивно-дискурсивный подход — для подробного

анализа характеристик сферы массовой коммуникации, особенностей коммуникантов в процессе порождения и восприятия текстов СМИ. Как сказано выше, формирование интенции и выбор речевых стратегий её отражения неотделимы от понимания специфики адресанта и адресата, поэтому в следующих параграфах мы обратимся к характеристике адресанта и адресата текстов СМИ.

1.3.3 Термин *гиперадресант* текста СМИ

Адресант в СМИ — это субъект, инициатор процесса массовой коммуникации. В качестве адресанта может выступать любое лицо, например журналист, политик, экономист и т. д. Важно, что деятельность адресанта направлена не только на передачу информации, но и влияет на её восприятие адресатом.

Изучение особенностей адресанта медиатекстов российскими учеными подтверждает, что адресантом может быть не один человек, а группа лиц (Т. Г. Добросклонская, В. И. Коньков, В. Г. Костомаров, А. А. Леонтьев, Ю. В. Рождественский). Ученые излагают одно и то же положение, а именно то, что медиатексты производятся коллективом и представляют интересы какой-то социальной группы. К примеру, В. И. Коньков подчеркивает, что в газетном тексте «авторство является коллективным, представляющим мнение редакции» [Коньков 1995: 12]. Т. Г. Добросклонская отмечает, что новостные тексты обычно являются коллегиальными и распространяются «от корпоративного лица информационных агентств — Интерфакс, ИТАР-ТАСС, Си-эн-эн, Рейтер, Би-би-си и т. д.» [Добросклонская 2005: 30–31]. Профессор МГУ Ю. В. Рождественский в своей монографии «Теория риторики» (2006) также указывает на корпоративный характер создания медиатекстов, поскольку речедеятелями в СМИ выступают «организации, внутри которых на основах разделениях труда работают отдельные работники» [Рождественский 2006: 351].

Как отмечает А. А. Леонтьев, у СМИ есть двойной субъект. С одной стороны, это один человек или личность, с другой — коллектив или общество в целом. «В социально ориентированном общении коммуникатор всегда представляет, репрезентирует мнения, убеждения, информацию социального коллектива или общества» [Леонтьев 2008: 135].

Мы согласимся с высказанными учеными идеями и полагаем, что признак коллегиальности адресанта медиатекстов очень важен. Речь индивидуального адресанта соответствует интересам и стилю рабочей группы или издания, частью которых является адресант. Иными словами, адресант есть представитель некой группы, в известной степени знак, выполняющий заместительную функцию.

В связи с этим и с опорой на теорию Алан Бэлла мы используем термин «гиперадресант» для обозначения субъекта текстов СМИ. Ученый в работе «Language style as audience design» (1984) предложил термин «дизайн рефери», то есть говорящий реагирует на определенный контекст коммуникации, следовательно, может применять стиль, ассоциирующийся с определенной социальной группой, которая физически не присутствует в коммуникации, но, тем не менее, оказывает влияние на использование языка говорящим. Когда говорящий принимает стиль или манеру речи той группы, с которой он взаимодействует или частью которой является, то мы его можем назвать его *hyper-speaker* (*гиперадресантом*) [Bell 1984].

На основе признака коллегиальности адресанта медиатекста, который разработан в работах Т. Г. Добросклонской, В. И. Конькова, В. Г. Костомарова, А. А. Леонтьева, Ю. В. Рождественского, а также с опорой на теорию Алана Бэлла мы предложили термин «гиперадресант» для обозначения субъекта текста СМИ. В нашей работе автор текста СМИ (медиатекста) и информационное агентство (издание, медиахолдинг и др.) рассматриваются нами как единый *гиперадресант*, который выстраивает информационное поле, при этом транслирует позицию и концепцию издания в информационных

текстовых жанрах, где реализуются речевые стратегии, использование которых отвечает в том числе интенциям и целям автора. Таким образом, делается следующий вывод: понятие *гиперадресант* содержит две поддерживающие и усиливающие друг друга конституенты — это автор и издание, у которых есть общая интенция при передаче информации, в работе мы также называем её интенцией гиперадресанта.

В частности, позиция издания оказывает влияние на освещение информации гиперадресантом. Соответственно, идеологическая специфика издания доминирует и формирует интенцию *гиперадресанта*, которая влияет на языковую репрезентацию новостных текстов. У каждого издания есть своя специфика и свои цели коммуникации. Например, издания, находящиеся под иностранным влиянием¹², по сравнению с изданиями, не находящимися под иностранным влиянием², характеризуются освещением других взглядов на происходящие события и не всегда выступают на стороне власти государства. Данная специфика оказывает влияние на интенцию *гиперадресанта*, которая заставляет его при создании медиатекстов использовать речевые стратегии дискредитации, иронии, снижения имиджа лидеров. Следует признать, что коллегиальность укрепляет целенаправленную деятельность гиперадресанта, который посредством медиатекста передает свою точку зрения и при этом выдает ее за общую.

Коллегиальность адресанта текста СМИ также приводит к различиям в отборе информации при общении с читателями. Нетрудно заметить, что у изданий есть свои предпочтения в освещении информации, не все они выбирают одну и ту же информацию. Например, при отборе материала исследования мы отмечаем, что тексты в СМИ, находящиеся под иностранным влиянием¹², освещают международную деятельность глав России и КНР меньше, чем в СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием². Это поскольку с одной стороны, гиперадресант служит какому-либо изданию, которое определяет его интенцию передачи информации, а с другой стороны,

гиперадресант также ограничивает распространение информации согласно своей интенции коммуникации. Данное явление также объясняется психологом К. Левиным (K. Lewin), который в работе «Теория поля в социальных науках» («Field Theory in Social Science», 1951) предложил концепцию, согласно которой поток новостей контролируется, изменяется так называемым «привратником» (англ. *gatekeeper, the theory of gatekeeping*) [Lewin 1951]. В роли «привратника» выступают как редактор, так и другие сотрудники издания, участвующие в процессе отбора информации [McNelly 1959].

Работа «привратника» осуществляется в два этапа: 1) этап отбора информации и 2) этап кодирования медиатекстов [Bass 1969]. На этапе отбора адресант выбирает информацию, которая соответствует его коммуникативным целям. На этапе кодирования адресант может шифровать содержание медиатекстов в соответствии со своей интенцией и с применением речевых стратегий.

В нашей работе привратником выступает не только индивидуальный автор новостей, но и издание в целом. Как было сказано выше, позиция и интенция у них совпадают, поэтому при отборе информации и кодировании медиатекстов они могут действовать в унисон. Таким образом, специфика и направленность издания влияют на процесс создания и распространения информации **гиперадресантом**. Причем, в настоящее время большинство новостей сообщаются от имени изданий в целом. Зато также существуют случаи, когда тексты в каком-либо издании написаны конкретными авторами. Соответственно, возникает вопрос о соотношении между коллегиальным характером создания медиатекстов и индивидуальным стилем автора.

В современной лингвистике идиостиль автора, то есть индивидуальный стиль, понимается в широком смысле как «совокупность глубинных порождающих механизмов создания текстового пространства определенным автором, отличающим его от других; в более узком плане идиостиль связан с системой лингвостилистических средств, характерной для творческой манеры

данного писателя» [Зубинова 2016: 10].

Чтобы отобразить наше видение указанной выше проблемы, представим материал одного из популярных российских СМИ (не углубляясь в параметры содержания текста, лишь перечислим черты идиостиля автора). Рассмотрев тексты известного журналиста **Андрея Ивановича Колесникова**, который работает в медиахолдинге «Коммерсантъ» и считается журналистом «кремлевского пула», отметим, что его идиостиль имеет следующие черты:

1) экспрессивный разговорный стиль с идиомами, другими фразеологизмами: *«Да ладно вам...»; тут-то; кое-то; и дай бог им, флаг в руки, как у нас говорят, вперед!* (Коммерсантъ, 21.10.2021); *просто-таки; нога об ногу; как же; И они плывут... Туда, куда ему надо; слава богу и т. д.* (Коммерсантъ, 13.10.2022)

2) после цитирования прямой речи – расслабленный «лирический» авторский комментарий с парцеллированными конструкциями, словно бы передающими порождение мысли и речи прямо в тексте: — *«Вы сейчас про хосписы говорили... Я бы вам за это дал...» — произнес Владимир Путин. А не за то, значит, за что дал Нобелевский комитет. Но Владимир Путин не может дать Нобелевскую премию. Впрочем, может дать, например, Государственную. Или хотя бы выдвинуть* (Коммерсантъ, 21.10.2021). — *«Мы вчера на Энергетической неделе после консультаций с вашим министром энергетики и с руководителем компании Botas договорились с «Газпромом», я сказал об этом публично: если есть заинтересованность Турции и наших возможных покупателей в других странах, могли бы рассмотреть возможность строительства еще одной газопроводной системы и создания на территории Турции газового хаба для продаж в другие страны, в третьи страны, прежде всего, конечно, в европейские, если они в этом, разумеется, заинтересованы» — заявил господин Путин. Да, президент России говорил об этом, и многие не отнеслись к возможному проекту серьезно. Этого, кажется, нельзя было сказать про Алексея Миллера»* (Коммерсантъ, 13.10.2022). После

цитаты возникает впечатление двойного диалога — В. Путина и журналиста, а также журналиста и читателя. Соединение точных цитат из диалога Владимира Путина с журналистом, с одной стороны, и «лирического» комментария, содержащего размышления журналиста, которыми он как частное лицо делится с другим частным лицом — читателем, мы отмечаем, как особенность стиля А. Колесникова.

Таким образом, государство в лице Владимира Путина является гарантом точности, справедливости, порядка, что позволяет журналисту-комментатору поделиться хорошим настроением с читателем — частным лицом, свободно и расслабленно жить под защитой государства. Журналист комментирует речь В. Путина, при этом анализирует информацию, а не критикует президента, как делают СМИ, находящиеся под иностранным влиянием¹² и в то же время не восхваляет его, как это делается в СМИ, не находящихся под иностранным влиянием²;

3) использование средств выразительности (языковой игры, метафоры, параллелизма, перифразы и др.): *Борьба валдайских мальчиков. Как члены клуба посопротивлялись Владимиру Путину (заголовок); Ох, не будить бы лихо, пока оно спит...* (Коммерсантъ, 21.10.2021). *Да, с газом — мы! Да, азиаты — мы!; Он купался в них* (Коммерсантъ, 13.10.2022).

В частности, выражение *борьба валдайских мальчиков*, происходит от игры нанайских мальчиков, которая представляет собой известный танцевальный номер советской эстрады. Два мальчика выходят в национальных костюмах и борются, а на самом деле в костюме двух мальчиков прячется один человек. Таким образом, здесь журналист имеет в виду не настоящую борьбу, а применяет политический жаргон, это означает, что между президентом России и главным редактором «Новой газеты»⁹ никакой борьбы нет. Журналист,

⁹ 28.06.2023 г. генеральная прокуратура РФ приняла решение о признании деятельности издания «Новая Газета» нежелательной на территории РФ. Здесь мы только упоминали эту организацию с указанием ее статуса, не цитируем созданные ей материалы.

отсылая к опыту эстрады советских времён, ориентируется и на своего относительно возрастного (40+) и лояльного к советскому образу жизни читателя.

Отметим, что все перечисленные особенности идиостиля соответствуют специфике издания «Коммерсантъ»: 1) активное обращение к прецедентному высказыванию, например, пословицы, крылатые слова [Астафьева 2019]; 2) «каждый заголовок сопровождается подзаголовочной частью» [Там же: 56]; 3) разговорная речь. При передаче информации журналист применяет живой язык, относительно нейтрально освещает действия В. Путина, что соответствует специфике издания, которое нацелено на привлечение внимания читателей к себе и на объективную передачу информации.

На наш взгляд, если журналист публикует свою точку зрения в определенном издании, то, скорее всего, его мнение не противоречит представлению издания, т. е. автор и издание выступают как единое целое, имеют общую интенцию, совпадают в своих взглядах. Стиль автора статьи в этом случае также соответствует требованиям издания, поэтому текст автора может считать выраженным от «лица» всего издания. Данная позиция доказывалась нами в статье «Речевые стратегии и языковые средства реализации интенции гиперадресанта новостных текстов, освещающих международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина» [У Сяохун, 2022б]. В анализируемом нами материале журналист Дмитрий Смирнов при сообщении о международной деятельности лидеров Китая и России использует иронию, разговорную лексику, неофициальный стиль, что одновременно относится к специфике издания «Комсомольская правда», в котором он работает, а именно тенденция к иронии в тексте и разговорный стиль изложения материала являются ее отличительными чертами. При этом интенция журналиста согласуется с намерением издания сблизиться с читателем, привлечь внимание массовой аудитории [У Сяохун 2022б].

Таким образом, несмотря на то что в нескольких изданиях указан

конкретный автор текста, журналист со своей стороны выстраивает идиостиль в соответствии с интенцией издания, для которого он создаёт свои работы. В свою очередь, медиахолдинг поддерживает своего автора и усиливает его авторитетность в СМИ. Так происходит взаимное влияние и объединение автора и издания в сверхъединицу коммуникации — гиперадресант. В настоящее время журналист действует не сам по себе, а принадлежит к определенной ассоциации и соблюдает профессиональные стандарты, поэтому, хотя у каждого журналиста есть своя манера подачи информации, это не исключает его из понятия гиперадресанта.

1.3.4 Роль адресата в создании текста СМИ

1.3.4.1 Встречная интенция адресата

Интенция гиперадресанта выступает как доминанта в порождении текстов СМИ, однако массовая коммуникация будет эффективна только в том случае, если адресат адекватно декодирует и воспримет интенцию гиперадресанта. Как было отмечено ранее, адресат — это получатель информации. «Полной картина коммуникации может быть представлена только при условии признания ее диалогического характера, означающего, что инициатор речи в процессе речемышления вступает в диалог с предполагаемым реципиентом, моделируя его возможные реакции, и что адресат неизбежным образом также воздействует на адресанта» [Дускаева 2012: 36]. Таким образом, в массовой коммуникации вместе со стремлением к эффективной коммуникации, взаимопониманию между коммуникантами и применению подходящих речевых стратегий гиперадресант неизбежно учитывает роль адресата и его **встречную интенцию**.

Данное понятие практически не изучено в лингвистике, но понятия «интенция» и «встречная интенция» были введены американским композитором Джоном Кейджем, который рассматривал отношения

(коммуникацию) между композитором и исполнителем в своём труде *Autobiographical Statement* («Исповедь композитора», 1948). Сегодня данное понятие применяется также в области музыки – для изучения процесса взаимодействия между композитором и аудиторией, в этом случае встречная интенция означает интенцию аудитории [Приходовская 2014].

Встречную интенцию адресата при декодировании медиатекстов мы рассмотрим с опорой на работы Умберто Эко о роли читателей. Ученый обращает внимание на роль читателей в интерпретации текстов с точки зрения семиотики. В 1979 году в его монографии «Роль читателя. Исследования по семиотике текста» («*The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics of Texts*» 1979) подчеркивается не только роль читателя в процессе декодирования текстов, но и то, что текст имеет свои правила, которые ограничивают его понимание читателем [Есо 1979].

Впоследствии У. Эко в цикле лекций под названием «Шесть прогулок в литературных лесах» («*Six Walks in the Fictional Woods*», 1994, русский перевод вышел в 2003 г.) обосновал понятия эмпирического и образцового читателя [Есо 1994]. Эмпирический читатель — это любой человек, который читает текст. «Эмпирические читатели прочитывают текст по-разному, и не существует закона, диктующего им, как именно читать» [Цит. по: Эко 2003: 19]. То есть эмпирический читатель может и неправильно декодировать мысль текста, которую автор хочет донести до него. Правильность или неправильность трактовки текста определяется относительно образцового читателя — это «своего рода идеальный тип, в котором автор видит будущего соратника и которого даже пытается создать» [Цит. по: Эко 2003: 19–20].

Иными словами, образцовый читатель представляет собой идеального читателя, которого прогнозирует автор во время создания текста. Сам автор тоже является образцовым читателем. Образцовый читатель под действием выбранных автором речевых стратегий интерпретирует его интенцию и смысл текста. В данном случае мы полагаем, что интенция автора и встречная

интенция образцового читателя будут совпадать.

У эмпирического читателя встречная интенция может отличаться от интенции автора, соответственно, интерпретация информации тоже будет другой. Тем не менее эмпирический читатель может превратиться в образцового, если он будет правильно распознавать интенцию автора текста и воспринимать ее. На основе этого параграфа опубликована статья «Встречная интенция как необходимый фактор успешной коммуникации гиперадресант-адресат (на материалах издания «РИА Новости»)» [Беневоленская, У Сяхун, 2022].

1.3.4.2 Термин *гиперадресат*

Хотя текст СМИ доступен любому читателю, однако в действительности он адресован определенной потенциальной аудитории. Так, по словам Ю. М. Лотмана, «текст как бы включает в себя образ “своей” идеальной аудитории, аудитория — “своего” текста» [Лотман 2000: 203].

И. М. Кобозева поясняет, что в диалогическом общении взаимодействие происходит непосредственно между реальными людьми, присутствующими в коммуникативной ситуации, а в массовой коммуникации общение опосредованное, адресатом является «потенциальное неопределенное множество лиц» [Кобозева 2003: 74]. Автор текста СМИ имеет возможность спрогнозировать своего адресата и рассчитывать «на определенную группу, выделяемую по половому, возрастному, национальному, социальному, конфессиональному, мировоззренческому и т. п. признакам» [Там же]. Т. В. Чернышова также отмечает, что, «интерпретируя событие, пишущий не может не принимать во внимание фигуру адресата» [Чернышова 2007: 15].

Мы разделяем точку зрения ученых (Н. Д. Арутюнова, М. М. Бахтин, А. Бэлл, И. М. Кобозева, Ю. М. Лотман, Т. В. Чернышова) о важности адресата в процессе массовой коммуникации. Полагаем, что у каждого *гиперадресанта*

есть своя целевая аудитория. Итак, по аналогии с понятием гиперадресанта мы выделяем понятие *гиперадресата* на основе термина А. Бэлла. Он впервые выдвинул термин *hyper-addressee*, который означает, что в общении говорящий принимает стиль речи его аудитории [Bell 1984].

Мы утверждаем, что *гиперадресант* может сам моделировать своего *гиперадресата*. Фактически сам автор является членом группы своей целевой аудитории, когда он учитывает ее стиль и потребности. Итак, роль адресата важна для сообщения о событии адресантом, адресат и адресант взаимодействуют и влияют друг на друга.

В сочетании с нашим определением *гиперадресата*, который в свою очередь может быть рассмотрен как образцовый читатель медиатекстов, можно заключить, что встречная интенция *гиперадресата* является составляющей процесса кодирования медиатекста. По мнению Н. Д. Арутюновой, фактор адресата занимает важное место в речевых актах, заставляет адресанта заботиться о его интересах, интенции. Н. Д. Арутюнова подчеркивает, что коммуникативное намерение адресанта должно согласовываться с интенцией адресата [Арутюнова 1981].

Мы полагаем, что для достижения своих целей коммуникации произведенные гиперадресантами медиатексты сначала ориентированы на образцовых читателей, так как у них совпадают интенции. Как отмечает Т. Л. Каминская, «анализ медиатекстов, написанных в одно и то же время на одну и ту же тему для разных целевых аудиторий, показывает, что самым существенным моментом в плюрализме способов предоставления информации являются, во-первых, уже существующий читательский запрос определенной целевой аудитории, и, во-вторых, представления авторов текстов об этом запросе, иначе говоря, об образе целевой аудитории» [Каминская 2009: 30]. Например, гиперадресант российских СМИ, не находящийся под иностранным влиянием², при создании медиатекстов обязательно опирается на свою интенцию и встречную интенцию своего *гиперадресата*, который, как правило,

поддерживает решение власти, признает ее компетентность. Зато каждый *гиперадресант* нацелен на привлечение внимания и других читателей, чтобы эмпирические читатели превратились в образцовых читателей, то есть *гиперадресатов*, поэтому уместное и эффективное применение речевых стратегий и способов их реализации стало актуальным и важным предметом исследования [Беневоленская, У Сяохун 2022].

Следует отметить, что в медиатексте *гиперадресат* тоже характеризуется коллективностью, массовостью. Аудитория СМИ разделяется по различным признакам, например, по возрасту, полу, интересам, по социальному статусу и т. д.

Гиперадресат представляет собой не только конечного получателя информации, но и «индикатора» эффективности распространения информации. Если *гиперадресант* применяет неподходящие речевые стратегии, то *гиперадресат* не может правильно декодировать сообщение, следовательно, эффективность коммуникации не будет достигнута.

Причем *гиперадресат* склонен выбирать сообщения, которые соответствуют его позициям и встречной интенции. «У каждого издания есть своя читательская аудитория (гиперадресат), которая ждет от своего издания определенной стратегии» [Беневоленская, У Сяохун 2021: 13]. Например, неудивительно, что читатели, которые поддерживают В. Путина, скорее всего, не будут читать находящиеся под иностранным влиянием СМИ¹², где постоянно критикуют президента России посредством речевых стратегий дискредитации, некооперативной стратегии и др., что вызовет у них неприятные представления. Таким образом, *гиперадресат* имеет принадлежность, он может сознательно или бессознательно относить себя к определенной группе.

Мы проанализировали не только характеристики *гиперадресанта*, но и встречную интенцию и роль *гиперадресата* при создании медиатекстов, чтобы заложить основу для изучения применения речевых стратегий, с помощью которых достигается эффективность массовой коммуникации. В практической

части диссертации нами будут выявлены речевые стратегии с точки зрения *гиперадресанта*, который моделирует своего образцового *гиперадресата*. Мы полагаем, что интенции у них будут совпадать.

1.4 Исследование медиатекста как инструмента воздействия на сознание людей

Как правило, основными функциями медиатекста считаются информационная и воздействующая, причем последняя из них доминирует в большинстве изданий.

Существуют две точки зрения на исследование проблемы воздействия СМИ на адресата: 1) СМИ оказывают значительное воздействие на людей; 2) СМИ оказывают ограниченное воздействие, которое определяется рядом факторов [Дзялошинский, Пильгун 2011]. Мы полагаем, что в рамках первого подхода подчеркивается активность адресанта и пассивность массовой аудитории, то есть люди подчиняются СМИ. Данный подход широко используется в рамках исследования речевого воздействия в работах таких учёных, как: Р. М. Блакар, Д. Болинджер (D. Bolinger), Т. А. ван Дейк, О. С. Иссерс, Л. А. Киселева, Д. Лакофф, И. А. Стернин, Л. Л. Федорова и др. Однако в рамках второго подхода внимание акцентируется на том, что человек выборочно воспринимает информацию, которая соответствует его мнению. То есть подчеркивается роль адресата в усвоении информации. Подобные взгляды получили название «медиа-ориентированная концепция» и «человеко-ориентированная концепция», соответственно [Шарков 2013].

В нашем исследовании «медиа-ориентированная концепция» проявляется в том, что в массовой коммуникации гипераресант (автор и издание) медиатекста в зависимости от своей интенции использует речевые стратегии и влияет на гипераресата (массовую аудиторию). В то же время, согласно «человеко-ориентированной концепции», встречная интенция гипераресата

должна учитываться гиперадресантом в процессе кодирования медиатекстов. Таким образом, гиперадресант и гиперадресат взаимовлияют друг на друга. Кроме того, в рамках первой концепции мы можем исследовать воздействие медиатекстов на гиперадресата с точки зрения интенции гиперадресанта и выбора способов влияния на аудиторию. В рамках второй концепции мы можем исследовать эффективность воздействия медиатекстов с точки зрения реакции гиперадресата, а также проверить успешность используемых гиперадресантом речевых стратегий, что поможет ему привлечь на свою сторону больше образцовых читателей.

В данной работе мы исследуем используемые в СМИ речевые стратегии реализации воздействующей функции медиатекста с точки зрения адресанта (по медиа-ориентированной концепции) и опираясь на понимание речевого воздействия А. Н. Баранова, Е. П. Баярутовой, О. С. Иссерс и др.

«В большинстве случаев под речевым воздействием — в широком смысле — понимают речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, мотивационной обусловленности» [Иссерс 1999: 21]. Установленная коммуникативная цель и мотив общения определяют конкретный речевой акт людей и используемые речевые стратегии. По мнению О. С. Иссерс, типы текстов различаются по интенсивности воздействия [Там же]. На наш взгляд, в отличие от разговорной речи, медиатексты в определенной степени представляют собой персуазивные акты, которые затеваются ради того, чтобы убедить адресата в чем-либо. Тексты СМИ становятся «инструментом власти, орудием осуществления информационного диктата, а также способом когнитивной обработки социума и индивида с целью формирования особой картины мира» [Кузьмина 2013: 6]. Функционирование воздействия медиатекстов также отмечается в статье Н. П. Беневоленской и Н. Л. Федотовой. Изучив речевые стратегии и тактики медицинского дискурса в языке российских СМИ, ученые отмечают, что журналист, в отличие от врача, не пытается помочь «пациентам» точно определить их состояние, напротив,

пытается убедить нас в том, что читатель как член общества болен [Беневоленская, Федотова 2019].

С точки зрения когнитивной лингвистики, речевое воздействие может быть описано как «совокупность процедур над моделями мира участников ситуации общения, приводящих к передаче знаний от одного участника к другому» [Баранов 1990: 11]. Значит, речевое воздействие отражается на сознании людей, на их моделях мира. Причём познание мира возможно благодаря освоению когнитивных категорий, образованию концепций и других способов.

В нашей работе предполагается, что в текстах российских СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², создается концепция созидания, дружбы и сотрудничества между странами при освещении международной деятельности лидеров Китая и России, а в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹² формируется концепция, которую условно можно назвать концепцией разрушения сотрудничества между Китаем и Россией. Все эти концепции реализуются с помощью соответствующих речевых стратегий, тактик, языковых приемов и средств.

Несмотря на то что в диссертационной работе мы исследуем медиатекст как инструмент речевого воздействия в основном с точки зрения гиперадресанта речевого акта, эта проблема была изучена нами и с точки зрения реакции читателей, но в меньшем объеме [Беневоленская, У Сяохун 2021; У Сяохун, Навасартян 2021]. Итак, изучение восприятия текста адресатом относится к перспективам нашей работы. Зато, независимо от того, под каким углом зрения изучается речевое воздействие текста СМИ, этот процесс связан с применением речевых стратегий, с помощью которых гиперадресант закладывает свою интенцию при создании текста, чтобы массовая аудитория при восприятии информации осознала, что он хочет сказать, и на что он ориентирует. Именно поэтому предметом нашего исследования являются речевые стратегии.

Выводы

В настоящей главе диссертации представлена теоретическая база для исследования речевых стратегий на материале российских медиатекстов.

Объектом нашего исследования является текст СМИ, который рассматривается нами как речевой акт, поскольку он имеет иллокутивную цель и оказывает речевое воздействие на массовую аудиторию. Чтобы доказать приемлемость данного подхода, мы на основе основополагающих понятий языкознания «язык-речь» отметили, что в тексте реально отражается диалектическое единство языка и речи. Во второй половине XX века в связи с лингвистической экспансией ученые стали уделять больше внимания проблемам речи, употреблению и функционированию языка в различных ситуациях. Это способствовало становлению и развитию специальной дисциплины – прагматики. Таким образом, мы опираемся на прагматический подход в изучении текста и на теорию речевых актов.

Теория речевых актов (ТРА) была выдвинута Дж. Остином, который впервые обратил внимание на воздействия языка при его использовании, то есть человек говорит что-то, значит, выполняет действие. В рамках ТРА исследуется речевой акт, который признается минимальной единицей речевой деятельности. Признаки данного понятия отражены в многоуровневой структуре, предложенной основоположниками ТРА Дж. Остином и Дж. Сёрлем.

В нашем исследовании мы опираемся на теорию Дж. Остина о том, что единый речевой акт реализуется на 3-х уровнях: выделяются локутивный, иллокутивный и перлокутивный акты. Согласно данной структуре, мы установили, что медиатекст может пониматься как речевой акт в массовой коммуникации. На этапе *локуции* при кодировании медиатекста адресант совершает внутренний акт произнесения, соблюдает правила грамматики и использует языковые средства для выражения смысла высказывания. На этапе

иллокуции, написанный адресантом медиатекст имеет определённую цель коммуникации (иллокутивную цель), например, побуждает адресата согласиться с адресантом или изменить свое мнение, а также позволяет адресату узнать и понять решение, принятое властями и др. На иллокутивную цель влияют множество факторов, такие как направленность издания, характеристики адресанта и адресата и т. д. Различные иллокутивные цели приводят к тому, что язык выполняет разные функции при его использовании в сфере СМИ. Например, российские издания, не находящиеся под иностранным влиянием², нацелены на распространение положительного образа власти государства, а издания, находящиеся под иностранным влиянием¹² — на дискредитацию этого образа. На этапе *перлокуции*, медиатекст может влиять на сознание и поведение читателей. Ожидаемый перлокутивный эффект зависит от уместного применения речевых стратегий.

К нашему исследованию применим комплексный подход с элементами прагматического и когнитивно-дискурсивного анализа. В рамках прагматического подхода текст СМИ выступает как целостный речевой акт. Кроме этого, мы применяем когнитивно-дискурсивный подход к изучению конкретных условий порождения текста СМИ. Поскольку текст СМИ в качестве речевого действия или продукта массовой коммуникации имеет свою специфику, в частности особый тип коммуникантов (адресанта и адресата).

Производителем и получателем медиатекста может быть не один человек, а группа лиц, коллектив, общество. В результате анализа работ ученых по данной теме мы уточнили термин *гиперадресант* и сформулировали термин *гиперадресат*. По нашей концепции, гиперадресант включает в себя два компонента — автор и издание. Они в качестве единого субъекта речи передают информацию в массовой коммуникации, при этом специфика издания влияет на стиль автора и само понятие гиперадресанта. Несмотря на то что в нескольких изданиях указан конкретный автор текста, журналист со своей стороны выстраивает идиостиль в соответствии с направлением издания, для

которого он создаёт свои работы. В свою очередь, медиахолдинг поддерживает своего автора и усиливает его позиции в СМИ. Так происходит взаимное влияние и объединение автора и издания в сверхъединицу коммуникации — *гиперадресант*.

У каждого *гиперадресанта* есть своя образцовая аудитория — *гиперадресат*, интересы которого согласуются с целью передачи информации *гиперадресантом*.

Медиатекст обладает прагматическим эффектом воздействия. На сегодняшний день как индивидуальный человек, так и общество в целом не могут уклониться от воздействия СМИ, которое осуществляется с помощью речевых стратегий и способов их реализации, это определяет значимость нашего предмета исследования.

Речевая стратегия в языке СМИ — это совокупность запланированных речевых ходов, направленных на достижение цели массовой коммуникативной. Трудность изучения данной темы состоит в том, что отсутствует общепризнанное определение и единая классификация речевых стратегий. Зато можно выделить базовые концепции, на которые опирается теория речевых стратегий: речевая стратегия ориентирована на планирование и достижение установленной цели; речевая стратегия реализуется с помощью речевых тактик и языковых средств.

Существуют разнообразные параметры выделения речевых стратегий. Например, по интенции адресанта, по типам речевого воздействия на адресата, типам текста и т. д. В нашем исследовании мы выделяем популярные речевые стратегии, применяемые в российских медиатекстах в основном с учетом интенции гиперадресанта (автора и издания), на которую влияет направленность СМИ, в то же время принимаем во внимание особенности речевого воздействия и принципов общения.

Итак, основными понятиями в первой главе стали «язык и речь», «текст», «речевой акт», «медиатекст», «гиперадресант и гиперадресат», «речевая

стратегия и тактика», «интенция» и «встречная интенция». Медиатекст имеет коммуникативную цель, рассматривается нами как единый речевой акт, выполняющийся посредством использования гиперадресантом речевых стратегий, тактик и языковых средств, с помощью которых реализуется влияние на сознание или поведение (гипер)адресата.

ГЛАВА 2. РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И СПОСОБЫ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ В ТЕКСТАХ РОССИЙСКИХ СМИ

2.1 Описание и анализ материала по изданиям

2.1.1 Интенция гиперадресанта по изданиям

Средства массовой информации являются не только частью нашей повседневной жизни, но и инструментом воздействия на наше сознание и поведение. Медиатексты, освещающие международную деятельность лидеров Китая и России, могут играть как созидательную, так и разрушительную роль в создании отношений между Китаем и Россией, а также в формировании образа государств и имиджа лидеров. Различные языковые средства позволяют преподнести одну и ту же информацию с необходимой интенцией. Чтобы исследовать речевые стратегии и способы их реализации в российских СМИ, мы выбрали наиболее авторитетные российские издания — «РИА Новости», «ИТАР-ТАСС», «Российская Газета» и издания, находящиеся под иностранным влиянием¹² — «Эхо Москвы»³, «Дождь»⁴, проанализировали письменные тексты СМИ, информационных заметок, размещенные на официальных сайтах указанных изданий. *

Гиперадресанты при отборе и кодировании информации имеют свои интенции и коммуникативные цели. Разные интенции передачи информации мотивировали нас выбрать эти издания, которые противопоставлены друг другу по своей направленности.

Российские СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием², служат

* Следует указать, что наше исследование было проведено с 2019 по 2022 г. В частности, отбор и анализ материала завершены до 2021 г., когда информационные ресурсы «Эхо Москвы»³ и «Дождь»⁴ не были заблокированы за нарушения законодательства РФ. Опубликованные нами результаты исследования в журналах ВАК могут доказать реальность исследуемых материалов. В соответствии с действующим законодательством РФ в данной работе обозначен действующий статус этих изданий в специальных сносках.

интересам государства и сообщают о произошедших событиях с точки зрения взглядов правительства. В нашей работе тексты СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием² («РИА Новости», «ИТАР-ТАСС» «Российская газета»), при освещении международной деятельности лидеров Китая и России, нацелены на отражение дружественных отношений между двумя странами, укрепление сотрудничества между странами, а также формирование у гиперадресата положительного образа государств и вызов одобрения действий власти во всех сферах. В медиатекстах данных изданий подчеркивается созидательная роль как президента России В. Путина, так и председателя КНР Си Цзиньпина.

Проанализировав отобранные нами тексты, в зависимости от степени плодотворных сфер сотрудничества между Китаем и Россией, мы разделили их по трем темам: «Культура», «Медицина», «Экономика и бизнес». Полагаем, что интенция гиперадресанта в СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием², при передаче сообщений о сотрудничестве в области **культуры** состоит в стимулировании взаимопонимания и взаимодействия между Китаем и Россией. В сообщениях о **медицине** гиперадресант нацелен на то, чтобы показать совместную борьбу с врагом — коронавирусом — и другими трудностями в развитии медицины двух стран. В новостных текстах об **экономике и бизнесе** интенцией гиперадресанта является демонстрация взаимопомощи, полученных достижений, совместных проектов Китая и России. Таким образом, российские СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием², поддерживают решение властей данных стран, освещают дружественные двухсторонние отношения между Китаем и Россией, способствуют развитию российско-китайских отношений в различных областях.

СМИ, находящиеся под иностранным влиянием¹², противопоставлены изданиям, не находящимся под иностранным влиянием², по своей идеологии, политической позиции. Они передают информацию читателям с другой точки зрения, пытаются отметить недостатки власти, критиковать ее решения, то есть

в текстах, освещающих международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина, отсутствует намерение показать хорошие отношения между Китаем и Россией. Такие СМИ, находящиеся под иностранным влиянием¹², как «Эхо Москвы»³, «Дождь»⁴ часто стремятся вызвать у гиперадресата негативное отношение к решению правительства и сомнение в сотрудничестве между двумя странами. В частности, интенция гиперадресанта в текстах о культуре заключается в дискредитации образов лидеров стран, снижении эффективности межкультурной коммуникации, показе непризнания культуры друг друга. В текстах о медицине гиперадресант СМИ, находящийся под иностранным влиянием¹², показывает не взаимную помощь и поддержку между Китаем и Россией в борьбе с коронавирусом, а вызывает у читателя недоверие к мерам власти государства. В медиатекстах об экономике и бизнесе гиперадресант не ставит цель одобрить или пропагандировать сотрудничество и хорошие отношения между двумя странами, а пытается показать, что сотрудничество Китая и России строится лишь на основе современных государственных интересов, а не дружбы.

Следует отметить, что мы не поддерживаем ни СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием², ни СМИ, находящиеся под иностранным влиянием¹², сохраняя сугубо научный подход к явлениям языка. Для нас важно, что у них разные позиции и разные намерения по распространению информации. Мы отобрали тексты СМИ с различной направленностью и интенцией, чтобы полностью, комплексно продемонстрировать языковые особенности российских СМИ. Кроме этого, в отобранных нами медиатекстах представлены прямые слова речедеятелей, в роли которых выступают Си Цзиньпин, В. Путин и другие спикеры. Они выражают свою точку зрения на определенную тему, о которой сообщают СМИ, что также используется гиперадресантом для передачи своей интенции и достижения коммуникативной цели.

Сбор материала осуществлялся путем поиска по ключевым словам — «Си Цзиньпин», «Путин», «лидер Китая», «Пекин», «КНР», «Россия и Китай».

Отобранные медиатексты были разделены не только по направленности (не находящиеся/находящиеся под иностранным влиянием²), но и по тематическим блокам, а именно по рубрикам «Культура», «Медицина», «Экономика и бизнес». В ходе исследования материала применялся контент-анализ, метод сплошной выборки и описательный метод.

Итак, мы на основе отобранных нами текстов СМИ выделим используемые гиперадресантами речевые стратегии, чтобы подтвердить нашу гипотезу о том, что гиперадресант текстов российских СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², имеет созидательную интенцию во время передачи информации о сотрудничестве между Китаем и Россией, а у гиперадресанта текстов других СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², разрушительная интенция.

2.1.2 Встречная интенция гиперадресата по изданиям

Как отмечалось ранее, гиперадресант моделирует своего адресата, и у каждого издания есть своя читательская аудитория, которая ждет от своего издания определенных оценок событий, а именно соответствующих модели мира гиперадресанта. Так гиперадресат СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², ждет положительной оценки дружественных отношений между Китаем и Россией, а гиперадресат СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², ждет критику решений власти о сотрудничестве между двумя странами. Мы цитируем материал и излагаем результаты исследований, опубликованные в наших статьях для подтверждения нашего мнения.

Встречная интенция была изучена нами в совместной статье «Встречная интенция как необходимый фактор успешной коммуникации гиперадресант-адресат (на материалах издания «РИА Новости»)» [Беневоленская, У Сяохун 2022], материалом исследования послужили новостные тексты,

опубликованные на сайте «РИА Новости» и освещающие сотрудничество между Китаем и Россией в области экономики и бизнеса. После прочтения текста читатели могут откликнуться на новость, оставив свой комментарий или выбрав один из представленных знаков. Установлено, что, если большинство читателей поняли и усвоили интенцию гиперадресанта, значит, он правильно прогнозирует своих образцовых читателей, соответственно, встречная интенция гиперадресанта совпадает с интенцией гиперадресанта, а используемые речевые стратегии можно признать успешными.

По специфике «РИА Новости», которое как одно из российских изданий, не находящихся под иностранным влиянием², состоит в том, что при передаче информации формируется положительный образ государства и реализуется стремление вызвать у читателей одобрение действий власти во всех сферах [У Сяохун, Навасартян 2021]. В отобранном материале интенция гиперадресанта заключается в том, чтобы представить массовой аудитории дружеские отношения между Китаем и Россией. Например, подчеркивается рост товарооборота между двумя странами: *«Товарооборот между Россией и Китаем по итогам первых четырех месяцев 2022 года вырос на 25,9% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил 51,09 миллиарда долларов, свидетельствуют обнародованные в понедельник данные главного таможенного управления КНР. <...> Отдельно в апреле товарооборот России и Китая составил 12,66 миллиарда долларов, экспорт из КНР в РФ достиг отметки в 3,8 миллиарда долларов, импорт из России в КНР – 8,8 миллиарда»* (РИА Новости, 09.05.2022).

На данную новость отреагировали 408 человек, из них 371 чел. выбрали знаки одобрения (большой палец вверх и смайл), 27 чел. выбрали знак неодобрения (грусть, злость и большой палец вниз). Кроме эмодзи, 6 читателей оставили комментарии, в которых также большинство читателей выразили положительную оценку сотрудничества двух стран. Например: *Хорошо; Хорошие отношения с нормальной страной, не ворующей доход от продажи*

товара; Кто-нибудь подскажите **хороших** китайских актрис, а то **тошнит** уже смотреть на **старушенций** вроде Анджелины Джоли и т.д. Данные читатели с помощью языковых единиц с положительным оттенком (*хорошо, хорошие, нормальный*) выражают одобрение Китаю и поддержку сотрудничества между Китаем и Россией. Более того, посредством сравнения Китая со *страной, ворующей доход от продажи товара*, сравнение *хороших китайских актрис* с американской, особенно используются лексемы с пассивным значением (*тошнить, старушенция*) для выражения отношения к американской актрисе, подчеркивается положительная оценка для китайской стороны.

Итак, можно считать, что гипер адресант в шифровании текста правильно прогнозирует своих (образцовых) читателей и успешно применяет речевую стратегию убеждения и тактику доказательства, чтобы встречная интенция большинства читателей данного сообщения совпадала с интенцией гипер адресанта. Встречная интенция данных (образцовых) читателей также состоит в доверии и одобрении действию власти государства, поддержке дружеских отношений между Китаем и Россией.

В другой статье «Тема борьбы с коронавирусом в текстах российских СМИ (анализ речевого воздействия)» мы с Н. П. Беневоленской проанализировали новостные тексты о коронавирусе и реакции читателей на эти новости, которые размещены на сайте издания «Эхо Москвы»³, находящегося под иностранным влиянием¹².

К примеру, *«Он сам сообщит об этом, как только это произойдет»*, – сказал журналистам пресс-секретарь главы государства Дмитрий Песков. Ранее сам Путин рассказывал, что прививку сделали некоторые его родственники, а также люди из ближайшего окружения [Президент Путин

пока не привился...]. (Эхо Москвы, 23.10.2020)¹⁰.

В данном тексте гиперадресант применял некооперативные стратегии, стратегию дискредитации, тактику обвинения, которые реализуются посредством отрицательного предложения и сопоставления, чтобы подчеркнуть, что президент еще не сделал прививку и привести читателей к сомнениям и обвинениям в его адрес: *А почему сами не привились, но рекламировать стали, г-н Президент?*¹⁰ и т. д. В комментариях читатели в иронически-грубой форме обращаются к президенту. Причем, почти все выразили негативное отношение к информации. Очевидно, что гиперадресант успешно провел перлокутивный акт и получил ожидаемый эффект речевого воздействия – недовольство читателей. Итак, можно сказать, что встречная интенция гиперадресата СМИ «Эхо Москвы»³, находящихся под иностранным влиянием¹², совпадает с интенцией гиперадресанта.

Вышеприведенные примеры демонстрируют значимость встречной интенции в текстах СМИ («РИА Новости», «Эхо Москвы»³). Во-первых, гиперадресант способен правильно прогнозировать реакцию своих читателей. Во-вторых, встречная интенция большинства читателей реально совпадает с интенцией гиперадресанта. Это зависит от используемых речевых стратегий и средств их реализации. Мы полагаем, что чем официальнее СМИ и уместнее используемые ими слова, тем больше желаемых результатов они могут достичь. Это и является критерием для выбора изданий для нашего исследования, поэтому мы проанализируем используемые речевые стратегии и способы их реализации в отобранном материале, размещенном на официальных изданиях с различной направленностью.

¹⁰ Данное сообщение было создано находящимся под иностранным влиянием и нарушающим законодательство РФ СМИ «Эхо Москвы»³, главный редактор которого включен в реестр иноагентов в апреле 2022 года. Сам информационный ресурс «Эхо Москвы»³ иноагентом не признан. Доступ к ресурсу «Эхо Москвы»³ ограничен с 2022 г. из-за нарушения законодательства РФ.

2.2 Речевые стратегии и способы их реализации в медиатекстах из рубрики «Культура»

С развитием отношений Китая и России непрерывно растет число людей, изучающих китайский и русский языки в обеих странах. По данным «Российской газеты», в настоящее время в 173 китайских вузах есть специальность «Русский язык и литература», по которой учатся 35 тысяч студентов. В то же время за последние двадцать лет среди россиян в десять и более раз вырос интерес к китайскому языку [URL: <https://rg.ru/2021/02/11/interes-k-russkomu-iazyku-v-kitae-i-kitajskomu-v-rossii-vyros-v-razy.html>]. Такая тенденция обусловлена тесным сотрудничеством между двумя странами в области культуры. Изучить язык невозможно, если не проникнуть в культуру народа, а культура в свою очередь сильно влияет на развитие языка. Культурное сотрудничество между Китаем и Россией не только отражается в ряде народных проектов, но и в общении президента России В. Путина и председателя КНР Си Цзиньпина, их международная деятельность также напрямую показывает отношения, сотрудничество между странами. Во время государственных визитов лидеров, их переговоров, и в неформальных ситуациях происходит межкультурная коммуникация, именно поэтому изучение данных медиатекстов имеет особую значимость.

В отобранных нами новостях, освещающих международную деятельность лидеров Китая и России, представлены следующие события из сферы культуры (включая образование):

- 1) Проведение российско-китайского форума СМИ;
- 2) Российская выставка Музея Московского Кремля в Китае;
- 3) Выставка книг в Санкт-Петербургском государственном университете;
- 4) Передача в Московский зоопарк больших панд из Китая;

- 5) Празднование дня рождения В. Путина с Си Цзиньпином;
- 6) Вручение подарка от В. Путина Си Цзиньпину на день рождения;
- 7) Вручение В. Путину звания почетного доктора университета Цинхуа;
- 8) Сотрудничество российских и китайских вузов;
- 9) Вручение В. Путину ордена Дружбы;
- 10) Вручение Си Цзиньпину ордена Святого Апостола Андрея Первозванного;
- 11) Мероприятие в честь 70-летия дипотношений России и Китая;
- 12) Поздравление В. Путина с 75-летием Победы от Си Цзиньпина;
- 13) Военный парад в честь 70-летия образования Китая;
- 14) Совместное сохранение памяти советских солдат.

Отметим, что парад и мероприятие по сохранению памяти советских солдат мы будем считать культурными событиями, потому что парад в настоящее время стал уже почти церемониальным, как форм праздничной культуры страны, а память об истории, которая включена в часть культуры.

В данной главе представлены наиболее яркие примеры и перечислены популярные речевые стратегии и тактики, которые отражают интенции гипердресантов в передаче информации, а также подчеркиваются языковые особенности медиатекстов СМИ, не находящихся/находящихся под иностранным влиянием².

2.2.1 Речевые стратегии и тактики в текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием, по теме «Культура»

Интенция СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², при распространении медиатекстов, освещающих международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина в области культуры, заключается в углублении культурного взаимодействия между Китаем и Россией, в стимулировании культурных обменов между народами двух стран. На наш взгляд, тексты

новостей СМИ, не находящихся под иностранным влиянием² («РИА Новости», «ИТАР-ТАСС» и «Российской газета») служат импульсом для развития межкультурной коммуникации.

Анализ отобранных медиатекстов данной направленности позволил нам выделить популярные речевые стратегии и тактики:

1) Речевая стратегия самопрезентации. Она реализуется с помощью тактики «обозначить своих».

Речевая стратегия самопрезентации направлена на создание образа хороших отношений между Китаем и Россией в глазах аудитории. Тактика «обозначить своих» опирается на теорию О. С. Иссерс о когнитивной категории «свой круг». Под «своими» мы подразумеваем Россию и Китай. Тактика «обозначить своих» выражается с помощью следующих языковых средств:

(1) Имена существительные со значением социальной, партийной солидарности: *коллеги, партнеры, друзья*: «*Очень хотел бы, чтобы благодаря этой выставке художественное наследие России стало бы еще ближе и понятнее и китайским друзьям, и иностранным гостям Пекина, а предстоящие юбилейные даты - 70-летие со дня основания КНР и 70-летие установления дипотношений между нашими странами - еще больше сблизят наши народы, наполнят новым содержанием широкое гуманитарное сотрудничество*», - подчеркнул посол (РИА Новости, 29.08.2019); Сюй Линь отметил, что в последние годы под руководством и личным продвижением председателя КНР Си Цзиньпина и президента В. Путина, Китай и Россия опираются друг на друга как на **важнейших партнеров** по стратегическому сотрудничеству и на дипломатическом поприще (РИА Новости, 03.09.2019); Си Цзиньпин выразил готовность: «*работать вместе с **российским коллегой** над объединением усилий для решительной защиты победы во Второй мировой войне, так же как и над международной справедливостью*» (РИА Новости, 03.09.2020).

По определению «Большого толкового словаря», *коллега* — это человек, с

которым вместе работают [Кузнецов 1998: 440]; *друг* — человек, связанный с кем-либо отношениями дружбы [Кузнецов 1998: 285]; *партнёр* — «участник какой-л. совместной деятельности» [Кузнецов 1998: 784]. Такой лексикой гиперадресант стремится передать читателям, что Китай и Россия проводят сотрудничество на основе дружеских отношений. Это также позволяет народам обеих стран почувствовать себя единым целым. Кроме этого, гиперадресант использует прилагательные для описания данных существительных (*китайским* друзьям, *важнейших* партнеров, *российским* коллегой), что подчеркивает взаимное внимание стран друг к другу.

(2) Местоимения первого лица со значением группы лиц *наши, мы*: *Под руководством председателя КНР Си Цзиньпина и президента России Владимира Путина сотрудничество между **нашими** странами вступило в новый исторический этап, поднявшись на новый уровень. **Наш** выставочный проект, который осуществляют важнейшие музеи **наших** стран, свидетельствует о том, что и культурное сотрудничество между **нашими** странами также поднялось на новую высоту* (ТАСС, 29.08.2019); *Два руководителя **наших** государств [президент РФ Владимир Путин и председатель КНР Си Цзиньпин] заявили о том, что сотрудничество в культуре должно укрепляться* (ТАСС, 17.10.2019); *Особо было отмечено успешное проведение в Москве совместной фотовыставки ТАСС и Синьхуа, посвященной 70-летию дипломатических отношений между **нашими** странами, которую во время своего визита председатель КНР Си Цзиньпин посетил вместе с президентом России Владимиром Путиным* (ТАСС, 01.11.2019).

Отметим, что гиперадресанты СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием², часто используют местоимение «наш», семантика которого означает «близкий по духу; входящий в одну среду, компанию, организацию; свой» [Кузнецов 1998: 610]. Соответственно, в данных текстах отражается, что Китай и Россия близки друг к другу, имеют общую цель — развитие государственных

отношений, стимулирование сотрудничества двух стран в области культуры. Гиперадресанты объединяют Китай с Россией и народы двух стран.

(3) Языковые единицы с семантикой совместности (*совместный, совместно, вместе с, договориться, договоренность*) и объединённости (*единый, общий, объединить, единение* и др.).

Лексика со значением совместности использована в новостях, сообщающих о таких проектах сотрудничества, как исследование панд, проведение выставки в честь 70-летия установления дипломатических отношений, совместное празднование 75-й годовщины победы во Второй мировой войне, передача больших панд из Китая в Россию и др.: *О том, что китайская сторона собирается передать России двух больших панд для проведения совместных исследований, стало известно в конце апреля* (РИА Новости, 05.06.2019); *<...> договоренность была достигнута в ходе переговоров Си Цзиньпина и Путина, когда тот был с визитом в Китае* (РИА Новости, 05.06.2019); *Выставка, которая продлится до 8 ноября, стала второй частью совместного проекта Музея Гугун и Музеев Кремля, приуроченного к 70-летию установления дипломатических отношений между странами* (ТАСС, 29.08.2019); *Договоренность о передаче Китаем России панд Жуи и Диндин была достигнута во время визита президента РФ Владимира Путина в КНР в апреле 2019 года* (ТАСС, 02.09.2019); *Представитель ТАСС отметил, что в ходе встречи, прошедшей на полях 4-го медиафорума БРИКС в Сан-Паулу, стороны подробно обговорили планы совместных мероприятий на 2020 год в контексте празднования 75-й годовщины победы над фашистской Германией и империалистической Японией* (ТАСС, 01.11.2019); *КНР готова вместе с Россией отстаивать итоги Второй мировой войны и защищать действующий миропорядок* (РИА Новости, 08.05.2020); *Китай будет вместе с Россией защищать результаты Второй мировой* (РИА Новости, 03.09.2020);

На наш взгляд, данная лексика со значением совместности (*совместный,*

вместе, договоренность и др.) нацелена на отражение достигнутых соглашений между Китаем и Россией в области культуры, чтобы народы обеих стран узнали о совместных проектах и перспективе развития их сотрудничества.

Языковые единицы со значением объединённости (*единый, общий, объединить, единение* и др.) показывают, что Китай и Россия выступают как единое целое в развитии культурного сотрудничества: *На вопрос, чем схожи и отличаются российская и китайская мечты, президент пояснил: «Китай и Россия — соседи. Мы общаемся друг с другом на протяжении столетий, имеем очень глубокие исторические связи и корни. Это не случайно, это говорит о том, что нас многое объединяет в наших подходах в строительстве собственных государств, в отношении к людям, и это очень важно.»* (РГ. 06.06.2018 — Кира Латухина); *«Культурные контакты, цивилизационные обмены связывают наши столь разные страны, народы, именно они объединяют нас в этом мире» — заявил директор Музея Гугун Ван Сюйдун. — В этом году КНР отмечает свое 70-летие* (ТАСС, 29.08.2019);

Объединять значит «создать единую организацию, единое целое; то же, что сплотить» [Шведова 2011: 551]. Благодаря использованным сочетаниям «*глубокие исторические связи и корни*», «*не случайно*» выражается неизбежность союза Китая и России, а противопоставление «*столь разные*» и «*объединять*» отражает близость и важность культурных обменов. Как отмечают речедеятели (президент России, директор Музея Гугун), у обеих стран разная история и народы, зато культурный обмен связывает Китай и Россию в единое целое. Тем самым использование глагола *объединять* позволяет читателям понять, что Китай и Россия стремятся к углублению сотрудничества.

В следующем примере *объединение* — существительное от глагола «объединить» — также выражает, что Китай и Россия не только вместе работают ради взаимной выгоды, но и собирают все силы для совместного достижения какой-либо цели: *Си Цзиньпин выразил готовность: «работать*

вместе с российским коллегой над объединением усилий для решительной защиты победы во Второй Мировой войне, так же как и над международной справедливостью.» (РИА Новости, 03.09.2020).

(4) Эмоционально-оценочная лексика — языковые единицы с положительной оценкой (одобрения, восхваления): *дружеский, важный, лучший, высокий, тесный, уверенность, высокая оценка, впечатляющие успехи, заслуженный высокий авторитет* и др. Например: *Китайскому лидеру сегодня исполнилось 66 лет. Президент РФ подарил Си Цзиньпину коробку с российским мороженым и торт. <...> Отметим, что глав государств связывают тесные дружеские отношения. В начале июня Си Цзиньпин приехал с визитом в Россию, а ранее в апреле Путин посещал Китай. Оба лидера во время переговоров констатировали, что отношения России и КНР находятся на беспрецедентно высоком уровне* (РГ, 15.06.2019);

В данном фрагменте использованы прилагательные *тесный, дружеский, высокий*, чтобы описать хорошие отношения между Китаем и Россией.

Тесный — «близкий об отношениях» [Ожегов, Шведова 2006]. Гиперадресант подчеркивает частоту визитов лидеров России и Китая (*В начале июня Си Цзиньпин приехал с визитом в Россию, а ранее в апреле Путин посещал Китай*), что отражает близкие отношения между ними.

Дружеский — значение которого совпадает со значением «друг»: «человек, который связан с кем-н. дружбой» [Шведова 2011: 217]. Си Цзиньпин и В. Путин представлены как хорошие друзья. На день рождения Си Цзиньпина В. Путин подарил ему торт и любимое мороженое. Такое поведение обычно свойственно друзьям, а не лидерам стран. В связи с этим между обеими странами показан **высокий** уровень близости (т. е. «превышающий средний уровень, среднюю норму, значительный» [Шведова 2011: 136]), в том числе на уровне личных, человеческих взаимоотношений между В. Путиным и Си Цзиньпином.

Значимые отношения между Китаем и Россией также представлены в

другом примере с помощью прилагательного «высокий»: *Глава Российского государства дал высокую оценку впечатляющим успехам в экономической, социальной и научно-технической областях, которых КНР добилась за прошедшие семь десятилетий, заслуженный высокий авторитет страны на мировой арене, а также её значимую роль в решении важнейших вопросов глобальной повестки дня* (ТАСС, 01.10.2019).

Гиперадресант передал читателям «высокую оценку» президента России Китаю (*высокий авторитет, значимая роль в решении важнейших вопросов*), особенно благодаря прилагательному *значимый* и прилагательному в превосходной степени *важнейший* отражено то, что отношение В. Путина к китайской стороне выше среднего уровня. Соответственно, гиперадресант получает подтверждение своей позиции одобрения по отношению к международной деятельности Путина и Си Цзиньпина, то есть ту информацию, которая успокаивает, внушает ему уверенность в добрососедских и конструктивных отношениях между Китаем и Россией.

Такие лексемы, содержащие похвалу, часто встречаются в текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², для демонстрации большого внимания, которое Китай и Россия уделяют друг другу: *Президент России выразил уверенность в дальнейшем наращивании всего комплекса российско-китайских связей на благо дружественных народов двух стран, в интересах упрочения стабильности и безопасности на евразийском континенте и во всем мире, говорится в сообщении пресс-службы Кремля* (ТАСС, 02.10.2019); *«В лучшем зале китайской столицы и, не побоюсь этих слов, на одной из лучших мировых сценических площадок — в Национальном центре исполнительских искусств — состоялось выступление российских музыкантов»* (ТАСС, 17.10.2019).

Уверенность — это «убежденность, твёрдая вера во что-то» [Ожегов, Шведова 2006: 822]. Посредством данной лексики отражено позитивное отношение В. Путина к развитию двусторонних отношений между Китаем и

Россией. Превосходная степень от прилагательного *хороший* — *лучший* — отражает большое внимание китайской стороны к российским музыкантам и совместному культурному мероприятию, которое проводилось в лучшем зале Китая.

Используя вышеперечисленные средства, гиперадресант представляет читателям ряд совместных проектов сотрудничества, положительное отношение лидеров стран к культурному обмену, дружбу между Китаем и Россией.

2) Речевая стратегия персуазивности, тактика аргументации

Речевая стратегия персуазивности заключается в том, чтобы позволить или уговорить другого поверить во что-то или согласиться с кем-либо. Чтобы реализовать данную стратегию, необходимо перечислить аргументы.

В новости о посещении лидерами Китая и России Московского зоопарка сообщается: *Китайский лидер в среду прибыл в Россию с государственным визитом. Одним из мероприятий в рамках программы визита стало посещение главами двух государств Московского зоопарка. Помощник президента РФ Юрий Ушаков ранее сообщал, что там лидеры примут участие в церемонии передачи двух панд, для которых в зоопарке открывается специальный павильон* (РИА Новости, 05.06.2019).

Чтобы подчеркнуть внимание В. Путина к большим пандам, переданным Китаем, используется речевая стратегия персуазивности, которая реализуется посредством тактики аргументации. Государственный визит представляет собой важное событие, выражение «одним из мероприятий в рамках программы визита» отмечается важность и необходимость посещения Московского зоопарка. Кроме этого, сочетания «ранее сообщал», «церемония передачи двух панд», «специальный павильон» также показывают, что правительство России придает большое значение данному событию. В том числе наречие *ранее*, значение которого соотносится со значением наречия *рано*: «до обычного срока, преждевременно» [Ожегов, Шведова 2006: 656]. Отсюда видно, что российская

сторона давно начала готовиться к приезду китайских панд в московский зоопарк, в частности, к открытию *церемонии* передачи двух панд и созданию *специального* павильона. *Церемония* означает «установленный торжественный обряд, порядок совершения чего-н.» [Ожегов, Шведова 2006: 874]. *Специальный* — «особый, исключительно для чего-н. предназначенный» [Ожегов, Шведова 2006: 755].

Внимание власти России к данному событию также выявляется по характеристике посетителей зоопарка: *Первыми посетителями, увидевшими новых обитателей зоопарка, стали не только лидеры, но и представители младшего поколения двух стран. Среди ребят, которые смогли первыми увидеть бамбуковых мишек в Московском зоопарке, были лауреаты олимпиады по китайскому языку, победители Дельфийских игр, обладатели грантов мэра Москвы, дети дипломатов из КНР, работающих в России* (РИА Новости, 05.06.2019).

В списке первых посетителей, увидевших больших панд, есть *лауреаты олимпиады, победители Дельфийских игр, обладатели грантов мэра Москвы, дети дипломатов из КНР* и т. д. Гиперадресант не просто перечисляет, но характеризует участников мероприятия как лиц, имеющих высокий социальный статус, чтобы подчеркнуть важность и ценность происходящего международного события.

В сообщении о том, что В. Путин отмечает свой день рождения с председателем КНР, представлена другая сторона отношений между странами — сквозь призму чисто человеческих отношений с друзьями и близкими, в рамки которых прекрасно вписывается дружба между лидерами двух великих держав. Гиперадресант сначала перечислил ряд фактов, чтобы информировать читателей о том, как президент России ежегодно отмечает свой день рождения: *Чаще всего президент проводит день рождения на работе. Несколько раз на 7 октября выпадали крупные международные саммиты, в которых российский лидер принимал участие; В то же время, если в этот день он*

находится в России, **то** старается хотя бы вечер провести с **близкими и друзьями**, иногда это удается сделать в родном ему Санкт-Петербурге. Владимир Путин как-то признался, что **обычно не устраивает никаких праздников** в свой день рождения (ТАСС, 07.10.2019).

В данном фрагменте гиперadresant отражает главным образом два факта: 1) президент России не выделяет свой день рождения среди других рабочих дней, что выражено глаголами НСВ (*проводит, устраивать, выпадали*), наречиями *чаще всего, обычно*, неопределенно-количественными числительными *несколько раз*, обстоятельствами места (*на работе, на международных саммитах*) и отрицательным местоимением *никаких*; 2) В. Путин отмечает день рождения редко и только с близкими людьми. Данный факт передан в предложениях с глаголами СВ (*провести, сделать*), в условном предложении с союзами *если..., то...*, тем самым отмечается, что празднование дня рождения Путина зависит от условий его работы. Существительное *друзья*, прилагательное *близкие* подчеркивают, что президент празднует свой день рождения только с родными, в узком кругу.

Затем гиперadresant обращает наше внимание на день рождения В. Путина в 2013 году, которое он отметил вместе с Си Цзиньпином. Чтобы выделить особенность этого дня, гиперadresant использовал сочетания «*не раз вспоминал*», «*вновь вспомнил*», «*еще раз напомнил*» и др., что отражает особую значимость и внимание президента к данному событию: ***Сам же президент не раз с особенной теплотой вспоминал 7 октября 2013 года, которое он провел в индонезийском городе Денпасаре на саммите АТЭС; Позднее на большой пресс-конференции в конце 2013 года, беседуя с китайской журналисткой, он вновь вспомнил о том вечере: «Впервые в жизни у меня такое было, чтобы я вместе с другим главой государства отметил свой день рождения. И надо было такому случиться, чтобы это был именно председатель КНР.» А через пять лет, в 2018 году, в интервью одному из китайских СМИ Путин еще раз напомнил, что председатель КНР Си Цзиньпин — это, наверное,***

единственный из всех мировых лидеров, с которым ему пришлось отметить один из своих дней рождения (ТАСС, 07.10.2019).

Лексика со значением необычности, единственности: *впервые, особенный, единственный* показывает важность данного события, особенно по сравнению с привычным способом празднования дня рождения и с лидерами других стран (*единственный из всех мировых лидеров*), подчеркивает дружбу между лидерами (*по-товарищески, тепло, китайским друзьям* и т.д.) и хорошие отношения между странами: *«Мы предложили нашим китайским друзьям выпить по рюмке водки, они не отказались, мы так и сделали. Было тепло, по-товарищески, если не сказать по-дружески»* (ТАСС, 07.10.2019).

Кроме того, гиперадресант упомянул о подарке Си Цзиньпина: *В тот день он практически до полуночи участвовал в рабочих мероприятиях саммита. Последней в графике была встреча с китайской делегацией во главе с председателем КНР Си Цзиньпином, который преподнес Путину в подарок торт, украшенный надписью «С днем рождения!»* (ТАСС, 07.10.2019). В частности, *торт с надписью* отражает китайскую культурную традицию по случаю дня рождения, которая похожа на российскую: *президент РФ подарил Си Цзиньпину коробку с российским мороженым и торт* (РГ, 15.06.2019). Благодаря этому сопоставлению, в тексте сближаются культурные и человеческие проявления народов двух стран.

В то же время с помощью цитирования прямой речи президента В. Путина читателям представлена российская культура празднования дня рождения: *На следующий день президент рассказал и о неформальной части той встречи: «Мы предложили нашим китайским друзьям выпить по рюмке водки, они не отказались, мы так и сделали. Было тепло, по-товарищески, если не сказать по-дружески»* (ТАСС, 07.10.2019).

3) Речевая стратегия на повышение, тактика «акцентирования положительной информации» [Паршина 2015: 123]

По определению О. Л. Михалёвой, стратегия на повышение отражает

«стремление говорящего максимально увеличить значимость собственного статуса» [Михалёва 2004: 14]. При реализации этой стратегии говорящий восхваляет себя или своих сторонников.

В нашей работе гиперадресант (авторы и издания, не находящиеся под иностранным влиянием², в целом), выступающий от лица правительства, сосредоточен на стремлении передать хорошие внешние отношения России с Китаем, включая сотрудничество в области культуры, что позволяет людям поверить в развитие стран.

Тактика «акцентирования положительной информации» [Паршина 2015: 123] реализуется с помощью следующих средств:

(1) лексика с положительной оценкой: *Российскому президенту Владимиру Путину на торжественной церемонии в пекинском отеле «Дружба» вручили диплом о присвоении звания почетного доктора Цинхуа. Когда-то там учился председатель КНР Си Цзиньпин. Он подчеркнул, что ему особенно приятно вручать диплом почетного доктора своей Альма-матер своему лучшему другу». Владимир Путин заявил, что для него «большая честь получить звание почетного доктора одного из ведущих вузов Китая, который входит в десятку лучших учебных заведений мира, является образовательным и исследовательским центром без преувеличения глобального масштаба»* (РГ, 26.04.2019).

В данном тексте использована лексика, отражающая величие исторического момента и церемонии, например, прилагательное *торжественный* означает «важный, величавый и серьёзный» [Шведова 2011: 991]. Использование данного прилагательного позволило подчеркнуть важность церемонии вручения В. Путину диплома Цинхуа. Подобные сочетания «особенно приятно», «лучший друг», которые с помощью наречия степени «особенно» и превосходной степени «лучший» отражают положительное отношение Си Цзиньпина к В. Путину. В качестве активной реакции В. Путин также посредством лексики с положительной оценкой выразил свои чувства при

получении диплома Цинхуа (*большая честь*), высоко оценил китайский университет Цинхуа (*ведущий вуз, лучшее учебное заведение с глобальным масштабом*).

В следующем тексте прилагательные в превосходной степени «самые искренние», «самый близкий» демонстрируют прекрасные и близкие отношения между лидерами стран (за 6 лет они встретились более 30 раз) и тесное сотрудничество между двумя странами: *В своей ответной речи Си Цзиньпин выразил своему российскому гостю самые искренние поздравления. Он подчеркнул, что для китайского народа Путин искренний и давний друг. «А для меня лично Владимир Владимирович – самый близкий друг, он внес и вносит вклад исторического значения в углубление стратегического взаимодействия между нашими странами и продвижение многопланового двустороннего сотрудничества», – сказал председатель КНР, подчеркнув, что за последние шесть лет встречался с главой российского государства более 30 раз* (РИА Новости, 26.04.2019).

(2) выделение информации, которая передает уважение и внимание, существующие в отношениях между лидерами КНР и России: *Президент отметил, что у китайского лидера график в ближайшие несколько дней очень напряженный, тем не менее тот нашел время для того, чтобы разделить с Путиным этот торжественный момент* (РИА Новости, 26.04.2019).

В предложениях с прилагательным в превосходной степени (*ближайшие несколько дней*), а также с наречием меры и степени (*очень напряженный*) подчеркивается занятость председателя КНР. В придаточной части посредством противопоставления (*тем не менее, нашёл время, чтобы разделить с Путиным этот торжественный момент*) выражено особое уважение Си Цзиньпина к российскому президенту и обязательность его присутствия на церемонии.

Итак, с помощью похвальных лексем и разбора ситуации реализуются речевая стратегия на повышение и тактика «акцентирования положительной информации». Отношения двух первых лиц представлены как отношения Китая

и России на высоком уровне.

4) Речевая стратегия информирования и тактика разъяснения.

Данные стратегия и тактика нацелены на представление читателям культурных ценностей двух стран, чтобы их народы больше понимали друг друга. Например, в новости о взаимном поздравлении Китая и России по случаю 75-летия Победы во Второй мировой войне сообщается: *Си Цзиньпин и Путин в четверг обменялись поздравительными телеграммами по случаю 75-й годовщины Победы во Второй мировой войне* (ТАСС, 03.09.2020). Чтобы напомнить адресату о значимости победы для двух стран, гиперадресант дополнил текст информацией о Второй мировой войне: *Вторая мировая война началась 1 сентября 1939 года вторжением нацистской Германии в Польшу, завершилась разгромом и оккупацией милитаристской Японии силами союзных держав 2 сентября 1945 года* (ТАСС, 03.09.2020) и переносе дня воинской славы со 2 на 3 сентября: *В апреле 2020 года Путин подписал закон о переносе со 2 на 3 сентября дня воинской славы – Дня окончания Второй мировой войны. 3 сентября в КНР отмечают День победы над милитаристской Японией* (ТАСС, 03.09.2020). Отметим, что эта дата - 3 сентября - была утверждена в 1945 году властями СССР, она была и остается значимой для ветеранов войны. *В КНР третьего сентября отмечают День победы над милитаристской Японией* (РГ, 03.09.2020).

Кроме этого, представлена и традиция празднования этого дня в Китае, чтобы укрепить взаимные обмены между народами двух стран: *Си Цзиньпин и представители высшего руководства Китая также приняли участие в церемонии возложения венков и цветов в пекинском Мемориальном музее войны китайского народа против Японии в честь героев, пожертвовавших жизнью за свободу и независимость родины. Мероприятие, посвященное 75-й годовщине окончания Второй мировой войны, транслировалось в прямом эфире по местным телеканалам* (ТАСС, 03.09.2020). Как видно, в традицию празднования включены возложение венков и цветов в честь героев, проведение

мероприятий, которые совпадают с традицией в России.

Рассмотрим другое сообщение о военном параде по случаю 70-й годовщины с момента образования Китая. В данном тексте гиперадресант представил историю китайского парада: *Первый военный парад состоялся в год провозглашения новой республики в 1949 году; Китай до 1959 года проводил парады ежегодно, затем власти приняли решение проводить парады раз в десять лет, однако «Культурная революция» (1966–1976) прервала традицию. Следующий парад состоялся только в 1984 году в рамках празднования 35-й годовщины КНР, затем парады прошли в 1999 и 2009 году. А в 2015 году в Пекине состоялся грандиозный парад к 70-летию победы во Второй мировой, он стал первым с 1949 года парадом не по случаю дня образования КНР (РИА Новости, 01.10.2019).*

Благодаря перечислению разных периодов (1949 г., 1959 г., 1984 г., 1999 г., 2009 г. и др.), гиперадресант создаёт в сознании адресата временную линию развития традиции проведения китайского парада, которая имеет свою специфику и значимость. Соответственно, адресат будет знать, что китайский парад впервые состоялся в 1949 году и проводится каждые десять лет с 1959 г. Обычно парад в Китае проходит в честь годовщины образования КНР, но в 2015 году к 70-летию победы во Второй мировой. Кроме этого, о развитии и масштабе китайского парада также сообщается в тексте: *Самым многочисленным все же был парад в 1950 году, когда по площади Тяньаньмэнь прошли 24,2 тысячи человек. Отличительной особенностью первого парада КНР было то, что в нем участвовали конные расчеты, в них шли 2,3 тысячи боевых коней. Лошади провезли по площади 119 пушек, в механизированную колонну входили 152 танка и бронемашины. <...> Самолетов было только 17, так что девять из них пролетели над площадью дважды. Парад 1952 года запомнился тем, что в нем впервые приняли участия представители нацменьшинств Китая в национальных нарядах, они шли в колонне ополченцев. Кроме того, тогда в параде впервые участвовал почетный караул.*

В 1954 году кавалерия в последний раз участвовала в военном параде, а представленная техника была преимущественно произведена в СССР. 1958 год запомнился появлением на параде представительниц женского ополчения. На параде 1984 года Китай впервые продемонстрировал ракеты, кроме того, в парадном строю впервые промаршировали женщины-военнослужащие. Парад 2009 года стал знаменательным в первую очередь потому, что все 540 единиц представленной боевой техники были произведены в Китае, а 90% были впервые представлены широкой публике (РИА Новости, 01.10.2019).

Данные лексемы (*отличительный, самый, впервые, в последний раз, замечательный* и др.) показывают читателям развитие и особенности каждого парада (*в 1950 году — наибольшее количество участников в параде; в 1952 году впервые приняли участие представители нацменьшинств Китая в национальных нарядах; в 1954 году кавалерия в последний раз участвовала в военном параде; в 1958 году на параде появилось женское ополчение; в 1984 году Китай впервые продемонстрировал ракеты; в 2009 году в параде участвуют почти 15 тысяч военнослужащих, 580 единиц техники, 160 самолетов и вертолетов*). В результате такой подачи информации в сознании адресата складывается полная картина проведения китайского парада.

Таким образом, в медиатекстах российских СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², на тему культуры чаще всего применяются:

- 1) речевая стратегия самопрезентации,
- 2) стратегия персуазивности,
- 3) стратегия на повышение,
- 4) стратегия информирования

Указанные стратегии реализуются с помощью: 1) тактики «обозначить своих», 2) тактики аргументации, 3) тактики «акцентирования положительной информации» и 4) тактики разъяснения, соответственно.

Использование данных стратегий и тактик нацелено на демонстрацию массовой аудитории хороших отношений между Китаем и Россией, активного

взаимодействия двух стран в области культуры и в то же время направлено на стимулирование культурного обмена между народами стран. Итак, мы полагаем, что данные медиатексты выступают в роли созидательного импульса для развития межкультурной коммуникации.

2.2.2 Речевые стратегии и тактики в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием, по теме «Культура»

В зависимости от направленности издания СМИ взаимодействие между двумя странами освещается в медиа сфере по-разному. При кодировании медиатекстов, освещающих взаимодействие Китая и России в области культуры, гиперадресанты СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², в отличие от СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², в большинстве случаев не отражают в полной мере культурные особенности двух стран.

Мы полагаем, что тексты СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², выступают как «помехи» в межкультурной коммуникации России и Китая. По определению О. А. Леонтович, помехи — это «факторы, которые снижают качество коммуникации: асимметрия, стереотипные реакции, языковые ошибки т. д.» [Леонтович 2007: 247].

В нашем материале в качестве «помех» представлены случаи асимметрии, под которой мы понимаем предоставление адресату неполной или некорректной информации о событиях, что выражено следующим образом:

- 1) Культура обеих стран представлена адресату нечетко, неподробно;
- 2) Передается отрицательное отношение к иностранной культуре;
- 3) Занижается образ каждого лидера данных стран, в результате чего возникает общее сниженное поле деятельности президента В. В. Путина и председателя Си Цзиньпина, чтобы у обоих народов возникло негативное представление об отношениях между двумя странами. Все эти ситуации мы рассматриваем как «помехи» в межкультурной коммуникации двух стран,

которые осуществляются с помощью различных речевых стратегий и тактик.

1) Первая «помеха» реализуется посредством **некооперативной речевой стратегии** (по принципу кооперации Г. Грайса [Грайс 1985]). В политической риторике наиболее очевидно нарушение максимы манеры («Выражайся ясно») [Иссерс 1999]. Некооперативная стратегия, на наш взгляд, осуществляется с помощью особой **тактики умолчания**, которая используется в информативно неполном, но как будто бы информационно полном высказывании: *Путин и Си Цзиньпин совершат поездку из Пекина в мегаполис Тяньцзинь по высокоскоростной магистрали, возможно, понаблюдают за хоккейным матчем* (Эхо Москвы, 08.06.2018)³¹⁰. Символы китайской и российской культуры (высокоскоростные магистрали и хоккей, соответственно) представлены читателям без подробностей. Сравним с текстами СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², где даются пояснения: *Председатель Си Цзиньпин наглядно продемонстрировал коллеге, насколько быстро можно двигаться вперед: лидеры вместе прокатились на сверхсовременном поезде, который набирал скорость до 300 километров в час* (РГ, 04.06.2018). *По словам представителя Кремля, подобная хоккейная встреча «весьма символична, потому что Россия оказывает Китаю помощь в развитии и реализации этого вида спорта, в том числе с учетом того, что в 2022 году зимние Олимпийские игры пройдут в Пекине»* (ТАСС, 04.06.2018).

Таким образом, гиперадресант СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², только перечислил культурные символы, но не представил их особенности, а именно возможность *сверхсовременных поездов* Китая быстро двигаться (*до 300 км/ч*) и популяризацию хоккея за пределами России, что снижает эффективность межкультурной коммуникации.

В следующем примере также применяется тактика умолчания: *Президент Путин стал первым иностранным лидером, награжденным **китайским орденом Дружбы*** (заголовок). *На церемонии вручения в Пекине лидер КНР Си Цзиньпин назвал президента России «самым хорошим и близким другом и*

достоин этой награды» (Эхо Москвы 08.06.2018)³¹⁰. В этом сообщении гиперадресант не объясняет, что такое орден Дружбы, в связи с этим читателю непонятна значимость данной награды. В то время как в издании «Российской Газете», которое не находится под иностранным влиянием², дается объяснение этого ордена: *Орден Дружбы КНР вручается с 1 января 2016 года. Его могут получить иностранцы за особый вклад в государственное строительство и модернизацию Китая, развитие связей и сотрудничества КНР с иностранными государствами* (РГ, 08.06.2018).

Отметим, что подобная подача материала без ряда существенных уточнений встречается в изданиях, находящихся под иностранным влиянием¹² часто, т. е. в принципе свойственна находящимся под иностранным влиянием изданиям¹²: *Си Цзиньпинь накануне прилетел в Москву с официальным визитом. Сегодня после переговоров президент Владимир Путин вручит гостю орден Святого Апостола Андрея Первозванного. Так в Кремле решили отметить, — «выдающиеся заслуги лидера КНР в укреплении дружбы между нашими народами»* (Эхо Москвы, 04.07.2017)³¹⁰. Гиперадресант в данном сообщении не описывает русский орден, хотя в СМИ, которые не находятся под иностранным влиянием², дается большое пояснение: *Орден Святого апостола Андрея Первозванного — высшая государственная награда России. Этим орденом награждаются выдающиеся государственные и общественные деятели и другие граждане Российской Федерации за исключительные заслуги, способствующие процветанию, величию и славе России. Этой награды могут быть удостоены главы и руководители правительств зарубежных государств за выдающиеся заслуги перед Россией* (ТАСС, 04.07.2017).

Рассмотрим другой пример: *Президент России Владимир Путин подарил председателю КНР Си Цзиньпину российский YotaPhone второго поколения <...> YotaPhone 2 (Йотафон 2) — российский LTE-смартфон, представленный в феврале 2014 года компанией Yota Devices, старт продаж — не ранее декабря 2014 года* (Эхо Москвы, 09.11.2014)³¹⁰.

В данном сообщении очень мало сказано о модели смартфона и его значимости в качестве подарка председателю КНР. В то время как в СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием², даны подробности: *Президент России Владимир Путин вручил своему китайскому коллеге Си Цзиньпину новую модель российского смартфона YotaPhone с двумя экранами; Специальная версия смартфона обладает системой защиты данных, которая делает его уникальным по уровню безопасности* (РГ, 09.11.2014). *Владимир Путин, находящийся на деловом саммите АТЭС в Пекине, подарил китайскому лидеру российский смартфон «Йотафон-2» с загруженной в него символикой России, Китая и АТЭС и показал, как он работает* (РИА Новости, 09.11.2014). *YotaPhone — результат успешного сотрудничества двух стран в сфере высоких технологий, считает глава Ростеха Сергей Чemezov. Российская компания разработала и подготовила смартфон к серийному производству, а китайские специалисты организовали производство полного цикла* (РГ, 09.11.2014).

Таким образом, гиперадресант новостей СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², передал лишь общую информацию, не подчеркнул значимость данного предмета (смартфона) в рамках международной отношений двух стран, что заставляет читателей сомневаться в действиях президента России, а именно в необходимости передачи председателю КНР данного подарка и его роли в повышении образа государства, тем самым нарушается межкультурная коммуникация.

2) Вторая «помеха» (непринятие иностранной культуры) осуществляется благодаря **стратегии противоречия и тактики отрицания**: *Лидеры России и Китая придут туда на официальную церемонию передачи двух больших панд. В результате зоопарк оказался перегружен. Перекрытие основной территории столичного зоопарка оказалось полной неожиданностью для многих его посетителей. О причинах этого его сотрудники ничего не сообщали: «лишь объясняли закрытие “техническими причинами”».* **В**

результате люди, многие из которых пришли с детьми, *были вынуждены ограничиться* посещением так называемой «*новой территории*» зоопарка, вход которой находится на Большой Грузинской. Там выстроилась очередь длиной *чуть более 10 метров*. При этом практически *никто из опрошенных людей не знал о готовящейся передаче панд зоопарку и визите Путина и Си Цзиньпина*. В пресс-службе Московского зоопарка, тем временем, сообщили, что он *переполнен*, и посоветовали выбрать другой день для визита. При этом причина ограничений в сообщении не приводится (Эхо Москвы, 05.06.2019)³¹⁰.

По признанию опрошенных посетителей, многие из которых пришли с детьми, они *не знают о причине закрытия части зоопарка* и о том, что его должны посетить Путин и Си Цзиньпин. Ещё часть людей *и вовсе выразила недоумение происходящим*, сказав, что *хорошее настроение, с которым они шли в зоопарк, испортилось* (Эхо Москвы, 05.06.2019)³¹⁰.

В данных медиатекстах гиперадресант противопоставляет действие лидеров двух стран (прибытие в зоопарк на официальную церемонию передачи двух больших панд) и реакцию посетителей на это (ощущения неожиданности, недоумения). Для дальнейшего достижения своей коммуникативной цели гиперадресант использует иронию. Сначала упоминается о том, что *зоопарк оказался перегружен в результате* прибытия лидеров двух стран для участия на церемонии передачи больших панд, а затем неоднократно отмечается, что фактически люди не знали о визите лидеров стран (*никто из опрошенных людей не знал о готовящейся передаче панд зоопарку и визите Путина и Си Цзиньпина*). С помощью отрицательных конструкций (*причина ограничений не приводится, никто не знал*) и сочетаний (*вовсе выразила недоумение, настроение испортилось*) отражается недовольство населения действиями властей и закрытием части зоопарка. Следовательно, выражена интенция гиперадресанта: люди не интересуются церемонией передачи больших панд, более того, данное мероприятие негативно влияет на их жизнь, портит им настроение, в итоге создаётся впечатление, что интересы простых граждан и

интересы высокопоставленных лиц противопоставлены.

Можно сравнить эту новость с сообщением в СМИ, не находящимся под иностранным влиянием², где подчеркивается значимость передачи больших панд из Китая в Россию благодаря информированию ценности больших панд в Китае: *Панда — символ Китая, занимает особое место в дипломатии Пекина* (РИА Новости, 05.06.2019). *Бамбуковый медведь находится в КНР под особой защитой государства. Кроме того, панда является символом Китая и занимает особое место в дипломатии Пекина* (ТАСС, 05.06.2019). Причём представлено положительное отношение власти России к этому событию: *Президент РФ Владимир Путин поблагодарил председателя КНР Си Цзиньпина за переданных Китаем Московскому зоопарку двух панд и назвал это жестом доверия и дружбы; По итогам переговоров лидеров двух стран Путин поблагодарил Си Цзиньпина за решение правительства Китая передать Московскому зоопарку двух панд, отметив, что этот шаг является знаком особого уважения и доверия к России. «Мы с большим уважением и благодарностью принимаем этот подарок. Эти животные являются национальным символом Китая, а мы высоко ценим такой жест дружбы», — добавил президент* (ТАСС, 05.06.2019).

Прилагательное *особое*, т. е. *необычный* передаёт важность панд в Китае и значимость данного события (это является *жестом доверия и дружбы, знаком особого уважения и доверия к России*). Причём цитируется речь президента России, в которой он отмечает ценность больших панд с помощью положительно окрашенной лексики (*благодарность, поблагодарил, ценить, большой*) и наречия со значением степени *высоко* и перечисляет первых посетителей зоопарка: *Первыми посетителями, увидевшими новых обитателей зоопарка вместе с лидерами, стали дети. Среди них были лауреаты олимпиады по китайскому языку, победители Дельфийских игр, обладатели грантов мэра Москвы, дети дипломатов из КНР, работающих в России. Ребята приветствовали Путина и Си Цзиньпина на русском и на*

китайском языке (ТАСС, 05.06.2019). Итак, в сознании гиперадресата создается представление о том, что передача больших панд в Россию укрепляет хорошие отношения между двумя странами.

3) Третья «помеха» (дискредитация лидеров стран) реализуется с помощью стратегии на понижение и тактики непочтительности: *Владимир Путин стал почетным доктором китайского университета Цинхуа; Пекинский университет Цинхуа — один из девяти элитных вузов Китая. У Путина уже есть ученые степени университетов Индии, Туркменистана, Армении, Азербайджана, Греции* (Эхо Москвы, 26.04.2019)³¹⁰. В данном тексте с помощью перечисления ряда других университетов (*Индия, Туркменистан, Армения, Азербайджан и т. д.*), ученые степени которых Путин уже получил, снижается значимость получения Путиным диплома от Цинхуа.

Стратегия на понижение и тактика непочтительности также представлена в других сообщениях: *Китайская цензура вырезала видео с галантным жестом Путина* (заголовок). *Видео широко разошлось по китайским средствам массовой информации. <...> В Weibo (китайский аналог твиттера) пользователи активно распространяли видео. В этой социальной сети на короткое время появился хештег «Путин подает Пэн Лиюань свое пальто», однако спустя пару часов все упоминания о видео исчезли* (Дождь, 11.11.2014)⁴¹¹. *Путин накинул свое пальто на плечи Лиюань тогда, когда председатель КНР Си Цзиньпинь разговаривал с президентом США Бараком Обамой* (Дождь, 11.11. 2014)⁴¹¹.

В данных текстах «помеха» как проявление асимметрии возникает на фоне языковой симметрии, которая построена с помощью сложноподчиненного предложения, состоящего из главного предложения с указательным словом *тогда* и придаточного предложения с союзным словом *когда*. С помощью

¹¹ Данное сообщение было создано находящимся под иностранным влиянием и нарушающим законодательство РФ СМИ «Дождь»⁴, признанным иноагентом, который включен в реестр иноагентов в августе 2021 года. Доступ к ресурсу «Дождь»⁴ ограничен с 2022 г. из-за нарушения законодательства РФ.

данной конструкции передаётся одновременность действий первых лиц, сопоставляется поведение В. Путина (*накинул свое пальто на плечи Лиюань*) и Си Цзиньпина (*Си Цзиньпин разговаривал с президентом США*), что заставляет читателей задаться вопросом: почему Председатель КНР сам не заботится о своей жене и приемлемо ли такое поведение президента России в официальной ситуации?

Ещё раз описанная тактика используется на уровне сопоставления лексики. Особо отмечается, что *Китайская цензура вырезала видео с галантным жестом Путина*. Маркирующий действия китайской стороны глагол с деструктивным значением «вырезать» можно считать ответом на жест В. В. Путина, что противоречит положительной оценочности прилагательного «галантный», характеризующего действие российского президента. Таким образом, косвенно критикуется поведение китайских СМИ и обозначается, что в Китае «галантный жест» В. Путина не одобряется. Дискредитируется образ президента В. Путина, и создается впечатление, что из-за его ошибки нарушен культурный обмен между двумя странами.

Следует обратить внимание на то, что в действительности отмечается галантное поведение В. Путина на различных мероприятиях, особенно внимание к женщинам. Например: *Президент РФ Владимир Путин перед началом переговоров с канцлером Германии Ангелой Меркель, которая прибыла в Россию, вручил ей букет цветов* (РИА Новости, 20.08.2021).

Причем и в современном Китае такое взаимодействие между мужчиной и женщиной хорошо воспринимается обществом и уже считается нормой, поэтому в отличие от текстов изданий, которые находятся под иностранным влиянием¹², СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием², попытались восстановить образ В. Путина: *Пока глава КНР беседовал с Бараком Обамой, Владимир Путин, вероятно, заметив, что на стадионе прохладно, встал и галантно набросил пальто на плечи китайской первой леди. Она немного смущенно улыбнулась и поблагодарила, но вскоре отдала пальто Путина*

помощнику, который подал ей ее собственное, рассказывает издание (*Foreign Policy*). Видеофрагмент широко разошелся по китайским социальным сетям, откуда позже, как сообщает журнал, был удален. Предмет, который многие СМИ называют «пальто», на кадрах больше **похож на плед, а пальто российского президента надето на нем** (РИА Новости 11.11.2014). В данном фрагменте объясняется и разъясняется поведение В. Путина (вероятно, заметив, что на стадионе прохладно, встал и галантно набросил пальто на плечи китайской первой леди) и предмет спора (больше похож на плед). Гиперадресант СМИ, не находящийся под иностранным влиянием², поясняет, что президент не отдал свое пальто китайской первой леди, а только по-джентльменски передал плед, что не может быть неуместным. Вина за недопонимание возлагается на иностранные СМИ (*издание Foreign Policy*), что позволяет читателям подумать о причине удаления видео с галантным жестом В. Путина китайскими СМИ. Очевидно, что дискредитация лидеров двух стран не будет способствовать взаимопониманию населения Китая и России, тем самым снизится эффективность межкультурной коммуникации.

Итак, в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², освещающих международную деятельность лидеров Китая и России в области культуры, были выделены три «помехи», которые отражают асимметрию (по Леонтович) в подаче информации. Они реализуются с помощью: 1) некооперативной стратегии, 2) стратегии противоречия, 3) стратегии на понижение, и 1) тактики умолчания, 2) тактики отрицания, 3) тактики непочтительности соответственно. В результате применения данных приемов у гиперадресата СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², возникает негативное представление об отношениях между Россией и Китаем, а также формируется неодобрительная оценка поведения лидеров стран, следовательно, нарушается межкультурная коммуникация.

При анализе материала мы сравнивали новости на сайтах изданий, находящихся под иностранным влиянием¹², с текстами СМИ, не находящихся

под иностранным влиянием², чтобы охарактеризовать разницу в передаче информации и помочь читателям лучше понимать специфику российских изданий. Результаты исследования отражены в нашей статье [У Сяохун, 2022а].

Кроме того, события, о которых сообщают СМИ разной направленности, не полностью совпадают. Как мы уже заявили в теоретической части, гиперадресант выступает как «привратник» информации, у которого есть право выбрать подходящую информацию для достижения своей коммуникативной цели (§1.3.3 Термин гиперадресант текста СМИ). Например, гиперадресант СМИ, находящийся под иностранным влиянием¹² не сообщал о проведении российско-китайского форума СМИ, о российской выставке в Китае.

2.3 Речевые стратегии и способы их реализации в медиатекстах из рубрики «Медицина»

С конца 2019 года и по настоящее время на нашу жизнь оказывает влияние необычный фактор — пандемия коронавируса. Из-за вспышки коронавирусной инфекции едва ли не весь мир оказался в тяжелой ситуации. Новости о симптомах, заражениях, осложнениях, выздоровлениях, смерти, о том, какие усилия в борьбе с пандемией прилагает каждая страна, заполнили мировые СМИ. Тексты сообщений на эту тему изобилуют военной лексикой и напоминают сводки с «театра военных действий» [Краснов, Дайнес 2002: 47], где человечество сражается с нападением врага — пандемией: *медики, работающие в «красных зонах», врачи-борцы с коронавирусом, бороться с коронавирусом* и т. д.

Когда вспышка COVID-19 обнаружилась в китайском Ухане, спор об источнике коронавируса нового типа стал горячей темой в мировых СМИ. Китай не только косвенно обвиняли, но иногда и напрямую называли виновником в намеренном распространении инфекции. В этот момент Россия выразила поддержку и оказала Китаю помощь — как моральную, так и

материальную. В свою очередь из Китая в Россию были направлены медицинские средства и специалисты, как только здесь были выявлены первые случаи заболевания COVID-19.

Нельзя не признать, что Китай и Россия с самого начала пандемии поддерживают друг друга в борьбе с коронавирусом. В связи с этим обе страны уделяют больше внимания сотрудничеству в области медицины, например, совместным исследованиям и разработке вакцин против COVID-19.

Несомненно, что СМИ как посредники передачи информации играют важную роль в нашей жизни. От воздействия медиатекстов зависят отношение людей к инфекции, уверенность населения в мерах власти по борьбе с эпидемией и взгляды народов на сотрудничество между Китаем и Россией в области медицины. Реализация речевого воздействия на адресата соотносится с коммуникативной интенцией адресанта, которая отражена в используемых речевых стратегиях.

В текстах новостей СМИ, освещающих международную деятельность лидеров Китая и России в области медицины, представлены следующие темы:

- 1) Совместная борьба с коронавирусом;
- 2) Сотрудничество по разработке вакцины от коронавируса;
- 3) Оказание взаимопомощи друг другу в борьбе с коронавирусом;
- 4) Поддержка развития традиционной медицины в современных условиях борьбы с коронавирусом;
- 5) Создание международного механизма взаимного признания «кодов здоровья»;
- 6) Совместное выступление против политизации коронавируса. Данное событие мы относим к медицине, так как информация влияет на развитие сотрудничества в этой области.

2.3.1 Речевые стратегии и тактики в текстах, не находящихся под иностранным влиянием СМИ, по теме «Медицина»

Отобранные нами медиатексты были разделены на две группы: 1) о совместной борьбе с коронавирусом и против попыток других стран политизировать коронавирус; 2) о сотрудничестве в разработке вакцины, создании мер борьбы с коронавирусом, развитии медицины и здравоохранения двух стран.

Медиатексты, которые включены в первую группу, направлены на то, чтобы показать аудитории солидарность Китая и России перед лицом трудностей, вызовов, споров и даже агрессии других стран в процессе борьбы с эпидемией. В данных медиатекстах применяется речевая стратегия «создание круга своих» и «создание круга чужих» (по И. В. Самариной).

1) Стратегия «создание круга своих», тактика поддержки и тактика «создание образа героя» [Самарина 2006: 5]

Данная стратегия образуется на основе семантической категории «свой круг», которая является «одной из базовых когнитивных категорий в политическом дискурсе» [Иссерс 1999: 45]. Основные концепции этой категории представляют собой противопоставленные единицы *свой* — *чужой*, которые являются «важнейшим ориентиром в осмыслении мира» [Навасартян 2016: 268]. Гиперадресант использует **тактику поддержки**, чтобы создать образ единения Китая и России, вызвать у читателей ощущение того, что на пути к борьбе с пандемией Китай и Россия как коллеги и партнеры, могут вместе победить коронавирус.

Рассмотрим языковые средства реализации вышеуказанной тактики на следующих примерах: *Председатель КНР Си Цзиньпин в телефонном разговоре с президентом России Владимиром Путиным выразил уверенность в том, что совместными усилиями России, Китая и всего международного сообщества удастся одержать победу в войне с эпидемией коронавируса* (РИА

Новости, 08.05.2020); *В своем поздравлении председатель КНР Си Цзиньпин указал, что Китай и Россия — крупнейшие страны-соседи и хорошие друзья. Во время эпидемии коронавируса Китай и Россия твердо отстаивают единую позицию в вопросах сотрудничества, взаимной помощи и поддержки* (РИА Новости, 27.08.2020); *Все трудности стороны смогли преодолеть общими усилиями и это в полной мере продемонстрировало уверенность и решимость двух стран в достижении победы в борьбе против пандемии и в дальнейшем продвижении двухсторонних отношений* (РИА Новости, 27.08.2020).

Взаимная поддержка Китая и России отражена:

(1) в лексике со значением одобрения, например, употребляются прилагательные *крупнейшие, хорошие*, которые указывают на силу двух стран и отношения между ними;

(2) в лексике со значением категоричности: *твердо, уверенность, решимость, отстаивать*. *Твердо* — наречие от прилагательного *твердый*, означает «непоколебимый, стойкий, лишенный сомнений» [Ушаков 2014: 670]. Соответственно, словосочетание *твердо отстаивать* показывает, что Китай и Россия последовательны в позиции *в вопросах сотрудничества, взаимной помощи и поддержки*. Существительное *уверенность*, образованное от прилагательного *уверенный*, значение которого близко к лексике *твердый* — «не колеблющийся, не сомневающийся» [Шведова 2011: 1015]. *Решимость* — «смелость, отсутствие боязни в принятии и осуществлении своих решений» [Ушаков 2014: 598]. Итак, употребляемая в тексте лексика демонстрирует смелость и решительность Китая и России в сотрудничестве против коронавируса;

(3) в лексике со значением содействия (*помощи, поддержки, взаимный*). Лексемы *помощь* и *поддержка* являются синонимами; прилагательное *взаимный* означает «обоюдный, оказываемый друг другу» [Ушаков 2014: 57]. Значение данных лексем позволило понять, что сотрудничество и поддержка

между Китаем и Россией обоюдны;

(4) в лексике со значением единения (*общий, единый, совместный*). Среди них *единый* — «один, общий, объединенный» [Шведова 2011: 224]. *Совместный* и *общий* представляют собой синонимы [Абрамов 1999: 446], означают «существующий, происходящий или осуществляемый вместе с кем-чем-н., общий» [Ушаков 2014: 637]. Следовательно, гиперадресанты используют их, чтобы показать солидаризацию Китая и России.

Кроме этого, на синтаксическом уровне средствами реализации тактики поддержки являются предложения с обстоятельством образа действия, например, *Все трудности стороны смогли преодолеть общими усилиями; Председатель КНР Си Цзиньпин в телефонном разговоре с президентом России Владимиром Путиным выразил уверенность в том, что совместными усилиями России, Китая и всего международного сообщества удастся одержать победу в войне с эпидемией коронавируса*. В данных предложениях обстоятельства образа действия, выраженные формой творительного падежа существительного без предлога со значением инструмента (*общими усилиями, совместными усилиями*), объясняют способы решения всех трудностей и достижения победы в борьбе с эпидемией, это именно сотрудничество Китая и России.

Рассмотрим еще пример: *Китай продолжит оказывать поддержку России в борьбе с эпидемией и верит, что в конечном итоге РФ одержит победу над коронавирусом* (ТАСС, 08.05.2020).

Гиперадресант использует глагол будущего времени *продолжит*, что означает «вести дальше начатое, не останавливая, не прекращая» [Ушаков 2014: 541]. Тем самым указывается, что Китай не прекратит оказывать поддержку и помощь России. Глагол настоящего времени *верит* со значением «быть убежденным, уверенным в ком-то, чём-то; вполне доверять» [Шведова 2011: 81] отражает, что и в прошлом, и в настоящем времени Китай всегда верит в то, что Россия обязательно одержит победу в войне с эпидемией. Очевидно, данные

глаголы выражают поддержку и уверенность Китая в победе России над коронавирусом.

В то же время тактика поддержки и данные языковые средства нередко используются в текстах, освещающих взаимную поддержку Китая и России против политизации коронавируса: *Председатель КНР заявил во время разговора, что Россия и Китай должны противостоять политизации пандемии и «развешиванию ярлыков»* (ТАСС, 16.04.2020); *«Россия придерживается объективной, научной, справедливой и рациональной позиции касательно вопроса происхождения COVID-19, мы ценим это», — сказал дипломат. Он подчеркнул, что с самого начала эпидемии COVID-19 Россия и Китай оказывали друг другу твердую поддержку, а тот факт, что президент России Владимир Путин и председатель КНР Си Цзиньпин за один месяц дважды провели телефонный разговор, придал импульс для дальнейшего укрепления сотрудничества двух стран в борьбе с COVID-19* (РИА Новости, 23.04.2020); *Китайские власти одобряют и поддерживают позицию российского руководства о том, что проблема распространения нового коронавируса не должна становиться предметом клеветы и политизации* (ТАСС, 11.05.2020).

В данных примерах также использованы вышеперечисленные языковые средства. Например,

(1) лексика со значением одобрения: *одобрять, объективный, научный, справедливый, рациональный, ценить*. В частности, *одобрять* означает «счесть приемлемым, хорошим, отозваться о чем-н. с похвалой, сочувствием; разрешить, счесть позволительным, доброкачественным, рекомендовать» [Ушаков 2014: 392]. По данному объяснению можно понять, что китайская сторона считает позицию российского руководства против политизации коронавируса не только хорошей, но и рекомендуемой. Китайская позиция в свою очередь оценивается Россией как *объективная, научная, справедливая и рациональная*. Прилагательное *объективный* является синонимом

прилагательного *справедливый* [Абрамов 1999: 287], которое означает «беспристрастно следующий правде, истине в своих поступках и мнениях; истинный, правильный, основательный, невымышленный» [Ушаков 2014: 648]. *Научный* — «основанный на принципах науки» [Ушаков 2014: 345]. *Рациональный* — «подходящий, разумный» [Абрамов 1999: 412]. С помощью данных лексем выявлена положительная оценка позиции Китая Россией.

(2) лексика со значением поддержки: *поддерживать, поддержка*;

(3) лексика с оттенком категоричности: *должны, твердую* и т. д.

Таким образом, очевидно, что Китай и Россия поддерживают друг друга в совместной борьбе с коронавирусом и его политизацией. Обе страны как единый союз преодолевают медицинские трудности.

Стратегия «создание круга своих» осуществляется и с помощью **тактики «создание образа героя»**, которая в нашей работе нацелена на формирование положительного образа властей двух стран и хороших отношений между Китаем и Россией как образец межгосударственного сотрудничества. Тем самым адресату показывают, что власти могут решать важные вопросы и представляют хорошие взаимоотношения, эффективное сотрудничество между Китаем и Россией в области медицины. К примеру, *Председатель КНР выразил уверенность, что под личным руководством Путина Россия сможет в кратчайшие сроки замедлить темпы распространения эпидемии, гарантировать безопасность и здоровье нации и восстановить социально-экономическое развитие* (ТАСС, 16.04.2020).

В данном фрагменте благодаря сочетанию «под личным руководством» создается образ «героя» — Владимира Путина. Глагол будущего времени *сможет* и превосходная степень прилагательного в сочетании «в кратчайшие сроки» отражает уверенность председателя КНР в способности В. Путина быстро решить проблему.

Создание образа «героя» применяется и по отношению к Китаю: *Президент России Владимир Путин уверен, что **Китай** продемонстрировал*

всему миру возможность эффективной борьбы с коронавирусом. «Китай первым столкнулся с этой угрозой, с пандемией коронавирусной инфекции, и продемонстрировал затем всему миру, что можно успешно с этим бороться» — отметил российский лидер. «Результат (этой борьбы), действительно, существенный, ясный, понятный, это хороший пример для других», — добавил Путин (ТАСС, 17.11.2020).

В данном тексте гиперадресант создал образ «героя» Китая, который представляет собой пример во всем мире в борьбе с коронавирусом. Существительное *пример* — значит «выдающийся образец чего-н.; показательный частный случай, конкретное явление, приводимое для объяснения чего-н., в доказательство чего-н.» [Ушаков 2014: 530]. Таким образом, в тексте подчеркивается, что сейчас мало таких стран, как Китай, который успешно борется с коронавирусом. Гиперадресант и речедеятель (В. Путин) положительно оценивают результаты Китая, что выражено лексикой со значением похвалы: *успешно, существенный, хороший, ясный* и т. д. Особенно ярко это проявляется посредством сравнения Китая с другими странами всего мира (*это хороший пример для других*), подчеркивается, что Китай является образцом борьбы против коронавируса.

Героический образ Китая сохраняется и в других медиатекстах, не находящихся под иностранным влиянием²: *Китайское государство изначально обозначило вторичными вопросы поддержания экономической активности, вернувшись к ним лишь после спада волны COVID-19 в середине марта. Да, китайская экономика впервые в истории подсчета квартальной статистики показала отрицательные результаты. Да, рухнули доходы в бюджет. Да, властям придется влезать в долги для поддержания экономической активности. Однако главное было сделано: следование принципу «человеческие жизни — превыше всего» позволило остановить волну коронавирусной инфекции в КНР и начать восстановление нормальной жизни (РИА Новости, 30.04.2020); Согласно сообщению, Путин выразил*

благодарность китайской стороне за оказанную гуманитарную помощь, а также поставки медицинских товаров. Стороны также обсудили возможность заимствования китайского опыта в борьбе с эпидемией, а также вопрос сотрудничества и в разработке вакцины (РИА Новости, 08.05.2020); «Китай показал миру пример эффективной борьбы с коронавирусом.» Об этом заявил президент России на саммите БРИКС (РГ. 17.11.2020).

В данных примерах гиперадресанты представили Китай как образец страны, ведущей борьбу с коронавирусом. В сочетании «заимствование китайского опыта», существительное *заимствование*, которое образовано от глагола *заимствовать*, означает «взять, перенять, усвоить откуда-н.» [Шведова 2011: 249]. В связи с этим, можно понять, что китайский опыт принят Россией, которая также может успешно бороться с этой эпидемией. Благодаря синтаксическому параллелизму с частицей «да» отмечается влияние пандемии на китайскую экономику. Затем дается предложение с начальным союзом «однако». Такое противопоставление отражает правильный подход Китая в борьбе с эпидемией (*человеческие жизни — превыше всего*) и способность китайского правительства победить трудности (*остановить волну коронавирусной инфекции в КНР и начать восстановление нормальной жизни*).

В текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², также создан героический образ России в развитии китайско-российских отношений. Например: *Действительно, Россия одной из первых начала помогать Китаю в борьбе со стремительным распространением инфекции. Примечательно, что помощь в Китай по каналам «народной дипломатии» стала поступать даже быстрее, чем по каналам государственным* (РИА Новости, 17.04.2020).

В данном фрагменте предложения с вводными словами *действительно, примечательно* выражают положительное отношение гиперадресанта к высказыванию, в частности, наречие *действительно* означает уверенность,

доказывает, что Россия является первой страной, которая оказала помощь Китаю. Ценность российской помощи в то же время показана в сравнении со сложной эпидемиологической ситуацией (*стремительным распространением инфекции*). Вводное слово *примечательно* обращает внимание читателей на хорошие отношения и тесный обмен между Китаем и Россией и их народами (*помощь в Китай по каналам «народной дипломатии»*).

Китайско-российские отношения представляют собой пример межгосударственного сотрудничества: *Россия и Китай ведут борьбу с COVID-19 «по всем фронтам», успешно взаимодействуя и на медицинском, и на политическом и на экономическом направлении. Они задают положительный тон международному сотрудничеству в непростой период пандемии коронавируса. Москва и Пекин своим примером показывают миру, «что такое хорошо»* (РИА Новости, 17.04.2020).

Гиперадресант показывает читателям активное и эффективное сотрудничество между Китаем и Россией посредством ряда словосочетаний с положительным оттенком: *своим примером, положительный тон, успешно взаимодействовать* и т.д. Используется и военная лексика, например, *по всем фронтам* значит по всем направлениям, *фронт* — это «объединение каких-н. общественных сил для общих действий в каком-н. направлении» [Ушаков 2014: 729]. По отношению к пандемии имеется в виду война с коронавирусом, то есть Китай и Россия сражаются вместе по всем направлениям как на войне.

В данных текстах созданы героические образы Китая, России, В. Путина, а отношения между Китаем и Россией представлены как образец взаимоотношений, которыми связаны два государства. Китайский опыт, возможности российского президента, сотрудничество Китая и России — все эти положительные образы отражают, что у обеих стран есть способность бороться с коронавирусом и будет одержана победа, если они будут сотрудничать.

2) **Стратегия «создание круга чужих», тактика «дистанцирования»**

[Самарина 2006: 6]

Образ единения Китая и России отражен не только в «создании круга своих», но и в «создании круга чужих».

По проанализированным выше примерам можно узнать, что в процессе борьбы Китая и России с коронавирусом существуют по крайней мере два врага, один — коронавирус, другой — некоторые страны, которые пытаются политизировать коронавирус.

Тактика «дистанцирования» реализуется с помощью таких средств как:

(1) Лексические единицы со значением отчуждения по отношению к коронавирусу и политизирующим его странам, например, *битва, борьба с кем-то/чем-то, преодоление, преодолеть, противостояние, одолеть что-то*: *КНР всегда будет помнить о помощи России Китаю, которая пришла в самый тяжелый момент битвы с эпидемией* (РГ 17.04.2020); *Россия и Китай ведут борьбу с COVID-19* (РГ 17.04.2020); *Путин и Си Цзиньпин согласились в том, что попытки Запада политизировать пандемию являются крайне контрпродуктивными, поскольку создают препятствия в глобальной борьбе с коронавирусной пневмонией* (РГ 17.04.2020). *Китай намерен с международным сообществом, включая Россию, прилагать усилия к преодолению трудностей* (РИА Новости 19.11.2020); *В процессе противостояния эпидемии коронавируса Китай и Россия помогают друг другу и взаимно обмениваются опытом борьбы с заболеванием...* (РИА Новости 19.11.2020).

В текстах СМИ часто используется сочетание *борьба с чем-то* со значением «деятельность, направленная на преодоление, уничтожение чего-н.» [Ушаков 2014: 43]. *Битва* — «сражение, бой; решительное, генеральное сражение» [Ушаков 2014: 38]. Существительное от глагола *преодолеть* — *преодоление* — означает «победить, справиться с чем-то» [Ушаков 2014: 522]. Итак, данные лексемы в достаточной степени демонстрируют, что в настоящее время врагом для народов Китая и России, и всего мира является коронавирус.

(2) Лексические единицы, выражающие обезличивающее обобщение и неопределенность [Самарина 2006: 8]. «Выражаемые значения неопределенности и обобщения понижают социальный статус оппонента, принижают его качества и достоинства» [Самарина 2006: 16]. Таким образом, коронавирус и его семантическое поле представлен как враг, статус которого обезличивается по отношению к российско-китайской общности с помощью лексем *любой, всякий, какие-то, разные*: *На фоне пандемии в глобальном масштабе, дальнейшее развитие китайско-российского сотрудничества в научно-технической и инновационной областях, несомненно, укрепит уверенность двух стран в преодолении различных трудностей в будущем, в том числе и эпидемии коронавируса* (РИА Новости, 27.04.2020); *Я уверен, что совместными усилиями России, Китая <...> победить любой вирус и добьемся окончательной победы в этой войне* (ТАСС, 08.05.2020); *Распространение вируса на разных этапах пандемии и как лечить пациентов, которые серьезно больны* (РГ, 21.05.2020). Как видно из примеров, коронавирус как и любые другие трудности стоит перед лицом Китая и России.

Страны, которые пытаются политизировать коронавирус, гиперадресанты текстов обозначили ярлыком — *Запад*. Например, *Путин и Си Цзиньпин согласились в том, что попытки Запада политизировать пандемию являются крайне контрпродуктивными* (РИА Новости, 17.04.2020).

Кроме этого, гиперадресант использует словосочетание с неопределенным значением — *отдельные лица* для понижения статуса оппонента: *Попытки отдельных лиц запятнать Китай в вопросе происхождения вируса неприемлемы* (РИА Новости, 17.04.2020); *По словам дипломата, подобные заявления РФ свидетельствуют о высоком уровне развития китайско-российских отношений. Чжао Лицзянь подчеркнул, что благодаря такой позиции Москвы отдельные страны лишаются возможности клеветать на Китай* (ТАСС, 11.05.2020). Надо указать значение прилагательного *отдельный* — это «некоторый, какой-то» [Ушаков 2014: 417].

(3) Высказывания с отрицательной оценкой: *Напомним, что Россия и КНР <...> не намерены отказываться от этой цели даже несмотря на отрицательное влияние пандемии коронавирусной пневмонии на международную торговлю* (РГ 17.04.2020); *Ранее пресс-секретарь президента РФ Дмитрий Песков заявил журналистам, что в Кремле считают непозволительным оперировать бездоказательными обвинениями в чей-либо адрес по поводу искусственного происхождения COVID-19* (РИА Новости, 23.04.2020). *Политизация и навешивание ярлыков в связи с пандемией коронавируса не поспособствует международному сотрудничеству, заявил председатель КНР Си Цзиньпин в телефонном разговоре с президентом РФ Владимиром Путиным* (РИА Новости, 16.04.2020); *В современной международной обстановке, где не утихает негативное влияние эпидемии коронавируса нового типа* (РИА Новости 27.08.2020).

Проанализировав наш материал, отметим, что в текстах широко использованы отрицательные лексемы и предложения, например, *негативный, непозволительный, бездоказательный, не утихает..., не поспособствует...* и т. д. Они описывают кризис и пассивное влияние коронавируса на жизнь человечества, несправедливость политизации коронавируса для каких-н. стран.

Таким образом, благодаря стратегиям «создание круга своих» и «создание круга чужих» мы можем узнать, что Китай и Россия едины в борьбе с современными вызовами. Они вместе борются с коронавирусом, выступают против политизации коронавируса, защищают интересы государства и безопасность своих народов.

Тексты, которые включены во вторую группу (о сотрудничестве Китая и России в разработке вакцины, о создании мер борьбы с коронавирусом и развитии медицины и здравоохранения двух стран) были также проанализированы.

После того как люди пережили первую стадию эпидемии, начался этап развития медицины, разработки вакцины и принятия мер против пандемии.

Китай и Россия всегда настаивают на активном сотрудничестве, независимо от того, на каком этапе находится распространение пандемии.

Таким образом, часто используется:

3) **речевая стратегия сотрудничества, тактика единения в действии.**

Используемые языковые средства реализации данной тактики почти подобны способам реализации «**тактики поддержки**». Например, в медиатекстах употребляется:

(1) лексика со значением поддержки и взаимодействия: *взаимопомощи, кооперации, помощи, поддерживать* и т. д.: *Владимир Путин и Си Цзиньпин высказались за дальнейшее оказание **взаимопомощи** и углубление кооперации в области медицины и разработки лекарственных препаратов* (ТАСС, 19.03.2020); *5-я февраля в Пекин прибыла группа российских специалистов для оказания **помощи китайским коллегам** в борьбе с вирусной пневмонией и разработке вакцины против нового коронавируса* (РИА Новости, 17.04.2020)

(2) Лексика со значением положительной оценки: *постоянно, хороший, партнерский, активно* и т. д.: «*Что касается Китайской Народной Республики, то наши специалисты находятся в **постоянном** контакте, происходит **обмен** информации. Вы знаете, что и китайцы работают над своими вакцинами, у нас продвигается процесс по разным направлениям. С китайскими у нас **очень хороший, традиционно партнерский** диалог, который мы будем **поддерживать***», — рассказал Песков (РИА Новости, 22.04.2020);

В данном примере словоформы *постоянный, обмен, традиционно* выражают тесный контакт между Китаем и Россией, в том числе и в вопросах коронавируса.

*Президент России Владимир Путин и председатель КНР Си Цзиньпин в ходе телефонного разговора подтвердили **готовность совместно работать** для создания вакцины и лекарств от коронавируса* (РИА Новости, 08.05.2020); *Страны **активно** разворачивают **сотрудничество** в области исследования источников вирусных заболеваний, освоения и разработки вакцин, лекарств и*

медицинского оборудования (РИА Новости, 27.08.2020).

Лексемы *готовность* и *активно* показывают позитивное отношение Китая и России к совместным исследованиям и разработкам вакцин.

Таким образом, в медиатекстах, которые не находятся под иностранным влиянием² и освещают международную деятельность лидеров Китая и России в области медицины, гиперадресанты применяют: 1) речевую стратегию «создание круга своих»; 2) стратегию «создание круга чужих» и 3) стратегию сотрудничества, которые реализуются с использованием: 1) тактики поддержки; 2) тактики «создание образа героя»; 3) тактики «дистанцирования» и 4) тактики единения в действии, чтобы показать взаимную поддержку и взаимодействие Китая и России в решении трудностей и решительность, позитивность сотрудничества перед вызовом в сфере охраны здоровья человека и политики.

2.3.2 Речевые стратегии и тактики в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием, по теме «Медицина»

В текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², иначе передается сотрудничество между странами против коронавируса, призыв Китая и России к борьбе с политизацией. Анализ медиатекстов позволил выделить популярные, часто используемые речевые стратегии и тактики, в которых при передаче информации может проявляться интенция гиперадресанта.

1) Некооперативная стратегия, тактика неясности и тактика замалчивания.

Россия с конца марта закупила в Китае почти 200 миллионов защитных масок. Такую цифру назвал посол России в Пекине Андрей Денисов. <.....> По данным Минпромторга, в России сейчас производится в сутки до 9-ти миллионов масок. Жителей большинства регионов России уже обязали их носить в общественных местах (Эхо Москвы, 08.05.2020)³¹⁰; «Российскую

вакцину от коронавируса будут испытывать и производить в разных странах, поскольку ее эффективность уже очевидна», — заявил президент Владимир Путин на саммите БРИКС. Путин добавил, что «странам БРИКС необходимо ускорить создание совместного центра разработки и исследования вакцины» (Эхо Москвы, 17.11.2020)³¹⁰.

В первом примере гиперадресант опирается на количественные данные — почти 200 миллионов масок куплено в Китае, до 9-ти миллионов масок производится в сутки в России. При этом читателю не разъясняется, зачем закупать маски из Китая, если они уже производятся в большом количестве внутри страны.

Во втором тексте информация об очевидной эффективности российской вакцины (*Российскую вакцину от коронавируса будут испытывать и производить в разных странах, поскольку ее эффективность уже очевидна*) сопоставляется с призывом В. Путина ускорить ее совместное исследование (*странам БРИКС необходимо ускорить создание совместного центра разработки и исследования вакцины*). Такая противоречивость высказываний может вызывать у читателей непонимание, неодобрение действий правительства, недоверие к нему и сомнение в эффективности и безопасности российской вакцины.

Рассмотрим другой пример: *Председатель КНР призвал мировых лидеров не политизировать тему борьбы с коронавирусом. Выступая, Си Цзиньпин также сообщил, что Китай выделит 50 миллионов долларов в поддержку плана ООН по реагированию на пандемию. Незадолго до Си Цзиньпина на заседании выступал президент США Дональд Трамп, он сказал, что необходимо привлечь к ответственности Китай, который, как выразился американский лидер «выпустил эту чуму в мир». Владимир Путин в своем выступлении заявил, что главным источником международного права остается принятый 75 лет назад Устав ООН. А также подчеркнул, что невозможно переоценить значимость 75-летия разгрома нацизма и юбилей*

*создания ООН (Эхо Москвы, 22.09.2020)*³¹⁰.

Согласно принципу кооперации Г. П. Грайса, о котором мы писали в первой главе нашей работы (§1.2.3 Проблема классификации речевых стратегий), существуют 4 максимы: 1) максима количества, 2) максима качества, 3) максима релевантности и 4) максима способа. В данном тексте в основном нарушаются максимы релевантности и способа, чтобы запутать читателей и вызвать у них сомнение в дружеских отношениях Китая и России.

Например, гиперадресант поставил информацию о призыве Си Цзиньпина против политизации коронавируса вместе с тем, что Китай выделит 50 миллионов долларов для поддержки плана ООН в борьбе с пандемией. Использован глагол будущего времени *выделит*, поэтому читатели не знают, будут ли результаты. Кроме этого, в тексте отмечается, что президент США обвинил Китай до выступления Си Цзиньпина (*необходимо привлечь к ответственности Китай, который, как выразился американский лидер «выпустил эту чуму в мир»*). Конструкция *незадолго до чего-то* может вызвать у читателей ощущение того, что выступление Си Цзиньпина направлено на восстановление собственных интересов и имиджа государства, даже на избежание ответственности, поскольку в выступлении Си Цзиньпина отсутствуют доказательства того, что президент США был неправ. Об отношении В. Путина к этому событию гиперадресант не высказывается положительно, то есть не использует лексику со значением поддержки, как это делается в текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², а только цитирует речь В. Путина, которая была произнесена раньше не по теме коронавируса, а про 75-летие со дня установления ООН. Хорошие отношения между Китаем и Россией никак не обозначены в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹². Итак, посредством тактики неясности читателей запутывают, они совсем не понимают происхождение коронавируса и специфику отношений между Китаем и Россией.

В следующем примере также реализуется тактика неясности:

*Председатель КНР Си Цзиньпин пообещал поставить 2 миллиарда доз вакцины от коронавируса другим странам и еще 100 млн доз вакцин от COVID-19 по программе COVAX развивающимся странам. По его словам, вакцина должна быть доступна для всех (Эхо Москвы, 22.09.2021)*³¹⁰.

В данном фрагменте при помощи сложносочиненного предложения с союзом «и» отмечено то, что Китай *пообещал поставить 2 миллиарда доз вакцины другим странам и 100 млн доз вакцин развивающимся странам*. Непонятно, какие государства включены в список *других стран*. Отдельно упомянуто про развивающиеся страны, поэтому можно считать, что под *другими странами* имеются в виду развитые страны. Из-за неясности, неточности информации в сообщении, у читателей возникают подобные вопросы. Кроме этого, гиперадресант также не дает объяснение о разнице между вакциной от коронавируса и вакциной от *COVID-19 по программе COVAX*. Причем, последнее предложение вызывает сомнение в речи председателя КНР: *если вакцина должна быть доступна для всех*, то почему ее поставляют некоторым странам.

Тактика замалчивания проявляется в том, что в медиатекстах, находящихся под иностранным влиянием¹² (в отличие от СМИ, не находящихся под иностранным влиянием²) не сообщается об успехах Китая в борьбе с коронавирусом и партнерской взаимопомощи между Китаем и Россией. Особенно в предложении *«Россия с конца марта закупила в Китае почти 200 миллионов защитных масок»*³¹⁰, глагол *закупила* означает, что маски были приобретены, т. е. в сознании адресата формируется представление, что между Китаем и Россией нет гуманитарной помощи, а есть только торговые интересы.

2) Стратегия дискредитации, тактика понижения образа

Дискредитация имиджа государств или образа лидеров стран заставляет население усомниться в их способностях и компетентности, а это также не способствует обмену между народами разных стран.

Китай предложил глобальную инициативу в области вакцинации от

коронавируса — об этом руководитель страны Си Цзиньпин объявил на саммите стран большой двадцатки в Риме. Детали проекта **пока не уточняются**. Это **первая очная встреча** лидеров G20 с начала пандемии, при этом китайский лидер на нее **не прилетел** и выступал по видеосвязи. Ранее на этом же саммите король Салман **посетовал** на то, что страны с **низкими** доходами лишены полноценного доступа к вакцинам, а российский президент Владимир Путин — **на неготовность** некоторых государств к взаимному признанию вакцин от ковида. Также большая двадцатка поддержала призыв ВОЗ вакцинировать 70% населения Земли к середине 2022 года (Эхо Москвы, 30.10.2021)³¹⁰.

В данном тексте образ председателя КНР понижен. Глагол *предложил* в форме прошедшего времени отражает, что лидер Китая должен был знать больше об инициативе в области вакцинации от коронавируса, которую сам предложил. Однако отрицательное предложение «*детали проекта пока не уточняются*» позволяет читателям сомневаться в действии лидера Китая. Кроме этого, гиперадресант использует выражение *при этом*, чтобы соединить предложения: «*Это первая очная встреча лидеров G20 с начала пандемии, при этом китайский лидер на нее не прилетел и выступал по видеосвязи*».

Очный означает «осуществляемый при непосредственном контакте» [Шведова 2011: 606]. Сочетание «*первая очная встреча*» сопоставлено с сочетанием «*китайский лидер не прилетел, выступал по видеосвязи*», что может вызвать у читателей негативное отношение к председателю КНР. С помощью лексики *очная встреча — по видеосвязи* образовано противопоставление, в котором косвенно осуждается поведение лидера Китая. Более того, употребляется лексика с отрицательным значением: *неготовность, посетовать* и др., что также не способствует повышению образа сотрудничества между Китаем и Россией. Гиперадресант отмечает, что В. Путин посетовал на *неготовность некоторых государств к взаимному признанию вакцин от ковида*, а не упомянул о взаимной поддержке Китая в разработке вакцины, о чем

сообщается в СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием². Это также заставляет читателей задуматься, включен ли Китай в список *некоторых государств*.

Следует обратить внимание на то, что понижение образа лидера Китая не стимулирует обмен между народами двух стран. Но данная тактика нередко используется в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹²: *Выступая на виртуальном саммите G20 китайский лидер пояснил, что речь идет об «основанной на результатах тестов на нуклеиновую кислоту коронавируса маркировке в виде международно признаваемых QR-кодов». Си Цзиньпин выразил надежду, что к этому механизму присоединятся не только участники G20, но и многие другие страны. Других подробности о международном механизме «кодов здоровья» Си Цзиньпин не уточнил* (Эхо Москвы, 21.11.2020)³¹⁰;

В данном тексте употребляются неопределенное выражение (*не уточнил*) и противительный союз *но* в отрицательном предложении. Это противоречит выдвинутой инициативе. Такие непоследовательные выражения и предложения с противопоставлением есть и в других текстах.

Таким образом, на наш взгляд, гиперадресант СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹² при кодировании информации намерен показать негативные отношения между Россией и Китаем, не помощь друг другу, а взаимное поражение. В противовес изданию, не находящемуся под иностранным влиянием², СМИ, находящиеся под иностранным влиянием¹², сообщают о взаимодействии двух стран с другой точки зрения, пытаются показать недостатки власти, понизить значимость сотрудничества Китая и России в сознании массовой аудитории.

Чтобы достичь своей цели — воздействия на адресата, гиперадресант создает новости согласно своей интенции, выбирает подходящую для этого информацию, корректирует текст и применяет соответствующие речевые стратегии. Проанализировав материал, отметим, что тексты СМИ, не

находящихся под иностранным влиянием², выражают государственные интересы, вызывают у адресата положительную оценку не только для власти, но и отношений между Китаем и Россией, что достигается посредством применяемой гиперадресантом речевой стратегии «создание круга своих», «создание круга чужих», и стратегии сотрудничества, что в целом можно назвать концепцией созидания. В то время как в СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², реализуются некооперативная стратегия и стратегия дискредитации, что приводит к непониманию, неодобрению действий власти и негативному отношению к взаимодействию двух стран, что в целом можно назвать концепцией разрушения, то есть деструктивных взаимоотношений.

2.4 Речевые стратегии и способы их реализации в медиатекстах из рубрики «Экономика и бизнес»

Китай и Россия — важные партнеры, которые сотрудничают в области экономики и бизнеса. С усилением глобализации мировой экономики непрерывно развивается взаимодействие между Китаем и Россией, включая сотрудничество в области торговли, инвестиций, цифровой экономики, сельского хозяйства, техники, космоса, энергетики и др. — все эти направления придали новый импульс развитию двусторонних торгово-экономических отношений. Тесное сотрудничество, деловые переговоры и официальные встречи между лидерами двух стран на различных международных экономических мероприятиях ускоряют развитие торгово-экономических отношений Китая и России.

В отобранном нами материале (медиатекстах об экономике и бизнесе) особое внимание привлекают следующие международные форумы, в которых приняли участие В. Путин и Си Цзиньпин:

1) Всемирная выставка ЭКСПО (платформа для демонстрации достижений различных стран в области техники, промышленности и др.);

2) «Группа двадцати Большая двадцатка (G20)» — ведущий форум международного экономического сотрудничества;

3) Саммит БРИКС (группа из пяти стран: Бразилии, России, Индии, КНР, ЮАР);

4) Форум АТЭС (Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества);

5) ВЭФ — Восточный экономический форум;

6) ПМЭФ — Петербургский международный экономический форум;

7) Форум «Один пояс - один путь»;

8) ШОС (Шанхайская организация сотрудничества).

В рамках этих международных экономических форумов или саммитов между Китаем и Россией достигнуты соглашения по следующим проектам:

1) Экспорт российской пшеницы в Китай;

2) Совместная разработка телефона YotaPhone 3;

3) Совместная разработка российско-китайского широкофюзеляжного дальнемагистрального самолета (ШФДМС);

4) Развитие авиасообщения между Китаем и Россией;

5) Предоставление кредита китайского банка российскому банку;

6) Строительство энергоблоков российского дизайна в Китае;

7) Торгово-экономическое сотрудничество между ЕАЭС и инициативой КНР «Один пояс и один путь» (китайский: 一帶一路) и т. д.

Кроме данных проектов, которые созданы в рамках международных форумов, существуют и другие виды деятельности в области экономики и бизнеса, освещающие международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина, такие как:

8) Совместное создание АЭС;

9) Поставка газа в Китай по магистрали «Сила Сибири»;

10) Совместное создание инновационного фонда;

11) Подписание компаниями МТС и Huawei соглашения о развитии 5G в

России;

- 12) Открытие китайского завода HAVAL в Туле;
- 13) Расширение использования рубля и юаня в двусторонней торговле;
- 14) Соглашение между холдингами «РЖД» и «Китайские железные дороги» о скоростных ж/д перевозках и др.

Тексты новостей СМИ информируют адресата о том, что сотрудничество Китая и России в сфере экономики и бизнеса идет полным ходом. Создание транснациональных корпораций, взаимные инвестиции, тесные торговые контакты — все это способствует совместному развитию экономики Китая и России, обеспечивает хороший уровень жизни народов двух стран.

2.4.1 Речевые стратегии и тактики в текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием, по теме «Экономика и бизнес»

Проанализировав отобранные нами тексты СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², мы обнаружили, что основная интенция гиперадресанта при передаче информации состоит в том, чтобы показать хорошие перспективы активного сотрудничества между Китаем и Россией по различным проектам, а также вызвать у гиперадресата одобрение решений властей и отношений между двумя странами. Гиперадресант представляет, что обе страны доверяют и поддерживают друг друга. Взаимодействие двух стран в области экономики и бизнеса не только приносит экономические выгоды обеим сторонам, но и продвигает двусторонние отношения во всех направлениях.

Чтобы читатели положительно оценили проекты сотрудничества Китая и России, использованы:

- 1) Речевая стратегия одобрения, которая реализуется с помощью тактики похвалы.**

Например, сообщается о совместных проектах: *Китайские власти считают сотрудничество с Россией в атомной энергетике особым*

приоритетным направлением *двухстороннего* *всеобъемлющего* стратегического взаимодействия. Об этом *заявил* в среду *председатель КНР* Си Цзиньпин. <...> Тяньваньская электростанция (провинция Цзянсу, Восточный Китай) — *самый крупный* объект российско-китайского экономического сотрудничества: *пуск* первого и второго энергоблоков *состоялся* в 2007 году, третий и четвертый *введены* в коммерческую эксплуатацию в 2018 году. Три года назад *Росатом* также *подписал* с партнерами КНР *рамочный контракт* о серийном сооружении блоков АЭС «Сюйдапу» (северо-восточная провинция Ляонин) (ТАСС, 19.05.2021).

В данном фрагменте использовано прилагательное *приоритетный*, которое означает «самый важный, первенствующий» [Ожегов, Шведова 2006: 596] и отражает внимание китайской стороны к этому проекту. Участие российской стороны в проекте выражается именем собственным *Росатом*, который представляет собой огромный государственный холдинг в России. В то же время подчеркивается большой объем проекта. Масштабность проекта описывается с помощью лексем *самый крупный*, *серийный*. Прилагательное *крупный* означает «большой, больших размеров, большой величины» [Ушаков 2014: 258], а при помощи лексемы «самый» образуется форма превосходной степени (*самый крупный*); *Серийный* — «относящийся к изготовлению сериями» [Шведова 2011: 876], описывает количество сооружений совместного проекта (*блоков АЭС*) — очень большое. Итак, благодаря данным лексемам мы узнаем о большом масштабе проекта создания совместной АЭС.

Кроме этого, идея успешности выражается с помощью глаголов совершенного вида прошедшего времени, кратких страдательных причастий (*заявил*, *состоялся*, *подписал*, *введены*) и прилагательного *рамочный*, значение которого связано с устойчивым сочетанием *рамочное соглашение* — «предварительное соглашение об основных положениях, об общих принципах действия» [Шведова 2011: 805]. Таким образом, освещается завершение этапов работы в рамках этого проекта, что отражает большой опыт и доступность

сотрудничества между Китаем и Россией в этом направлении, чтобы убедить читателей в перспективе развития АЭС. Глагол настоящего времени *считают* передает, что процесс сотрудничества между двумя странами еще идет, не окончен.

В следующих примерах также показан масштаб проекта и успешный опыт в осуществлении совместного проекта Китая и России в области энергии: *«Такого формата взаимодействия в атомной сфере, как с Китаем, у России нет ни с одной страной мира»*, заявил президент России Владимир Путин в пятницу по итогам переговоров с лидером КНР Си Цзиньпином в столице Китая (РИА Новости, 08.06.2018).

В этом примере сочетания «нет ни с одной страной мира» и «такой формат» — «величина, размер» [Абрамов 1999: 507] подчеркивают небывалый масштаб проекта, тем самым выражается доверие России к Китаю.

Москва и Пекин давно сотрудничают в атомной отрасли. С участием России в Китае построены четыре энергоблока Тяньваньской АЭС и демонстрационный ядерный реактор на быстрых нейтронах CEFR. Также страны работают над проектом энергоблока с реактором на быстрых нейтронах CFR-600 (РИА Новости, 19.05.2021). Наречие *давно* означает «много времени тому назад; задолго до настоящего времени; в течение долгого времени, вплоть до настоящего момента» [Ушаков 2014: 107], глагол в форме настоящего времени *сотрудничают* отражает, что в настоящее время между Китаем и Россией всё же проводится взаимодействие в атомной отрасли. Это означает, что у них есть богатый опыт в такого рода сотрудничестве. Причем, перечислены построенные энергоблоки, ядерные реакторы, чем также демонстрируются достигнутые достижения в проекте.

Похвала совместному проекту создания АЭС проявляется и в подчеркивании его важности и значимости: *На церемонии начала строительства энергоблоков на двух российско-китайских АЭС. <...> «Необходимо поспособствовать формированию более справедливой, более*

открытой глобальной системы глобального энергетического управления», — подчеркнул китайский лидер. По словам Си Цзиньпина, общая задача для всех стран — **противодействие климатическим изменениям**. «Китай и Россия в качестве ответственных держав **должны поспособствовать реализации еще большего числа низкоуглеродных проектов**», — добавил он (ТАСС, 19.05.2021). «Взаимодействие в сфере мирного атома — **важная составляющая российско-китайского стратегического партнерства**», заявил Путин, назвав проект **знаковым и флагманским** (РГ, 19.05.2021).

В данных примерах употребляется лексика со значением необходимости *необходимо, должны*, лексика со значением степени *более, большего* и прилагательные *важная, знаковый, флагманский*, что отражает важность проекта создания АЭС. Прилагательное *флагманский*, образованное от существительного *флагман*, обозначает «командующий крупным соединением военных кораблей, эскадрой; самое крупное или лучшее судно флота данного района, специальной флотилии, данного типа судов» [Ожегов, Шведова 2006: 854]. Прилагательное *знаковый* — от существительного *знак* — «пометка, изображение, предмет, которыми отмечается, обозначается что-н.» [Ожегов, Шведова 2006: 231]. Таким образом, гиперадресант и речедеятель (В. Путин) используют метафору, проект АЭС сравнивается с вожакom в стратегическом сотрудничестве между Китаем и Россией. В свою очередь глагол с положительным оттенком *поспособствовать* означает «оказывать помощь, содействовать; быть причиной, помогать возникновению, развитию чего-н.» [Ожегов, Шведова 2006: 757]. Используемые в текстах языковые средства позволяют читателям почувствовать, что этот проект имеет большое значение как для китайско-российских отношений, так и для всего человечества.

2) Речевая стратегия убеждения, тактика доказательства:

В рамках реализации данной стратегии и тактики гиперадресант часто цитирует цифровые данные, чтобы показать преимущества проектов сотрудничества для обеих сторон.

«Весь потенциал уже выявлен. Почти все преграды, которые препятствуют развитию торгово-экономического сотрудничества, устранены. Некоторые проблемы, которые есть, мы урегулируем», — отметил дипломат. По данным Главного таможенного управления КНР, товарооборот между Россией и Китаем за семь месяцев этого года увеличился в годовом исчислении на 4.7%, до 61.13 млрд. Тенденция к росту этого показателя наметилась в 2016 году, когда товарооборот вырос на 2.2% в годовом исчислении и достиг 69.52 млрд. В 2017 году этот показатель увеличился до 84.07 млрд., в 2018 году превысил 107 млрд. (ТАСС, 14.08.2019).

В данном примере гиперадресант в основном описывает рост товарооборота и перспективу экономического развития между Китаем и Россией с помощью цифровых данных: года (2016, 2017, 2018, 2019 гг.), проценты (4,7%, 2,2%), суммы (61,13 млрд, 107 млрд) и т.д. Сочетание с семантикой цифры *весь потенциал выявлен* значит потенциал полностью на 100% выявлен; а *почти все преграды устранены* означает, что препятствий нет (0). Кроме этого, используются и лексика со значением увеличения (*рост, вырос, увеличился*), и предлоги *до, на*, и глаголы *достигать, превысить*. Причем лексика со значением обобщенности (*весь, все*) отражает всеобъемлющее, активное сотрудничество в области экономики и бизнеса.

По окончании переговоров лидеры и делегации двух стран приняли участие в торжественном обеде, после которого Путин и Си Цзиньпин осмотрели во внутреннем двореке Большого Кремлевского дворца новые модели внедорожников Haval, которые собирают в Тульской области. Губернатор региона Алексей Дюмин рассказал об истории создания нового производства с момента подписания соглашения между странами и до открытия и запуска производства. Он сообщил, что руководство завода и область подписали соглашение о втором этапе реализации проекта. По словам Дюмина, этот этап позволит увеличить количество рабочих мест с 800 до 1.5 тыс., инвестиции составят 20 млрд рублей (ТАСС, 06.06.2019).

В этом фрагменте также используются цифровые данные (*рабочих мест с 800 до 1.5 тыс., инвестиции составят 20 млрд рублей*). Но для того, чтобы подчеркнуть выгоды, которые принес проект сотрудничества (открытие автомобильного завода HAVAL в России), употреблено сочетание «с момента подписания соглашения», «подписал соглашение», «позволит увеличить». В частности, *позволить* — «дать право или возможность делать что-н. разрешить; допустить, способствовать, дать возможность, не воспрепятствовать» [Ушаков 2014: 476], поэтому подписание соглашения о сотрудничестве с китайском заводом дало возможность увеличить количество рабочих мест и инвестиций.

Возможность роста товарооборота, инвестиций и развитие двусторонних отношений в области экономики и бизнеса принесло именно достигнутое сотрудничество по проектам. Это отражается в речи В. Путина на саммите БРИКС: *Президент России Владимир Путин назвал абсолютно реалистичной цель выхода на показатель товарооборота с Китаем в 200 миллиардов долларов, отметив, что перспективы двустороннего сотрудничества хорошие и все идет по плану. <...> «Наши соответствующие ведомства сейчас готовят план наших совместных действий для того, чтобы показать, в какие сроки мы можем выйти на 200 миллиардов оборота. Ну и, конечно, у нас есть крупные проекты, по которым мы работаем — это и космос, и ядерная энергетика, и авиастроение, у нас хорошие здесь перспективы в высокотехнологичных отраслях. Все идет по плану, мы держим это на контроле», — заверил он* (РИА Новости, 15.11.2019).

Чтобы убедить народ двух стран в доступности цели (*выхода на показатель товарооборота с Китаем в 200 миллиардов долларов*) гиперадресант и речедеятель (В. Путин) перечислили существующие проекты между Китаем и Россией (проекты в космосе, ядерной энергетике, авиастроении и др.). В связи с этим президент России может с уверенностью сказать, что выход на показатель товарооборота с Китаем в 200 миллиардов долларов является *абсолютно реалистичной* целью. Наречие *абсолютно*

обозначает «совершенно, совсем» [Ушаков 2014: 7]; *реалистичный* — «вполне практический, соответствующий действительности» [Ожегов, Шведова 2006: 671].

Тексты российских СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², в области экономики и бизнеса не только показывают активное торгово-экономическое сотрудничество между Китаем и Россией и хорошие результаты, но и отражают ситуацию, когда обе страны поддерживают и признают друг друга, устанавливают взаимовыгодное сотрудничество.

Чтобы показать хорошие отношения между Китаем и Россией, взаимную поддержку и доверие друг к другу, используется:

3) Речевая стратегия презентации, тактика близости: *Президент России Владимир Путин и председатель КНР Си Цзиньпин подчеркнули стремление активно наращивать взаимодействие РФ и КНР, в том числе по поставкам углеводородов, атому, авиастроению, сообщает пресс-служба Кремля. Кроме того, лидеры подчеркнули заинтересованность в дальнейшей тесной координации усилий на международной арене, прежде всего в рамках Совбеза ООН, а также по линии ШОС и БРИКС. Путин и Си Цзиньпин условились о продолжении контактов на различных уровнях* (РИА Новости, 08.07.2020).

В этом тексте употреблена лексика, которая отражает активное стремление двух сторон к совместному сотрудничеству: *стремление, активно, заинтересованность*. *Стремление* обозначает «настойчивое желание чего-н. добиться, что-н. осуществить; устремленность к чему-н.» [Ожегов, Шведова 2006: 773]. *Заинтересованность* — существительное от прилагательного *заинтересованный*, который означает «обнаруживающий, заключающий в себе или имеющий для кого-н. интерес» [Ожегов, Шведова 2006: 206]. Лексика со значением продолжительности (*продолжение, дальнейший*) также выражает стремление Китая и России к совместному взаимодействию. На наш взгляд, данное активное стремление к сотрудничеству связано с общими интересами двух стран, а также с доверием друг к другу.

В следующем примере показано, что у Китая и России существует общая цель усилить сотрудничество в области экономики, и обе стороны совместно изо всех сил её достигают: *Для достижения совместно поставленных целей нам необходимо усилить торгово-экономическое и инвестиционное сотрудничество. Мы наращиваем взаимодействие в традиционных отраслях: освоение космоса, атомная энергетика, авиастроительная индустрия, IT-технологии. Мы унифицируем цифровое пространство, что позволит уже в ближайшее время создать безопасные и независимые информационные системы, к примеру, платежную систему, аналогичную SWIFT, и даже альтернативу интернету. Мы в значительной мере перевели платежи в двусторонней торговле в национальные валюты* (РГ. 27.09.2021).

Гиперадресант использует глаголы в форме настоящего времени *наращиваем, унифицируем*, тем самым показывает, что Китай и Россия всегда настаивают на сотрудничестве и в традиционных отраслях, и в цифровом пространстве. Глаголы *наращивать* — «заставить вырасти на чем-н.» [Ожегов, Шведова 2006: 206]; *унифицировать* — «привести(-водить) к единообразию» [Ожегов, Шведова 2006: 834] подчеркивают, что Китай и Россия продолжают развивать сотрудничество в традиционных отраслях экономики и стремятся к достижению соглашения в новых направлениях, поддерживают друг друга. Близость между двумя странами проявляется посредством местоимения первого лица *мы*, наречия *совместно*, которые употребляются и в другом примере: *В своем видеообращении на ВЭФ 2021 председатель Си Цзиньпин подчеркнул: «Мы должны продолжать продвигать взаимовыгодное сотрудничество, углублять совместное строительство и интеграцию "Одного пояса и одного пути" и Евразийского экономического союза, поддерживать инновации и развитие цифровой экономики, и вместе реагировать на изменения глобального климата»* (РГ. 27.09.2021).

Местоимение первого лица *мы*, существительное со значением объединения *интеграция*, наречие *вместе*, прилагательное *совместный* — все

они отражают общность Китая и России.

Рассмотрим следующий пример: *Китай всегда был и остается активной поддерживающей силой и участником сотрудничества с Дальним Востоком России. В первом квартале этого года общий объем торговли Дальневосточного федерального округа с Китаем увеличился на 31,8 процента по сравнению с аналогичным периодом 2020 года. КНР прочно занимает позицию главного торгового партнера и крупнейшего источника иностранного капитала на российском Дальнем Востоке. <...> Российский председатель Экспертного совета Китайско-российского комитета дружбы, мира и развития Юрий Тавровский на полях VI ВЭФ поделился следующими данными: в 2020 году объем двусторонней торговли между КНР и РФ уже **третий год подряд** превысил **100 миллиардов** долларов; за первые четыре месяца 2021 года объем китайско-российской торговли увеличился на **19,8 процента** по сравнению с аналогичным периодом прошлого года* (РГ. 27.09.2021).

В этом примере показана постоянная поддержка КНР по отношению к России. С помощью наречия *всегда*, глагола в форме прошедшего времени *был* и глагола в форме настоящего времени *остается* заявлено, что гиперадресант не столько отражает историю отношений двух государств, сколько транслирует желание, чтобы мир и сотрудничество между Россией и Китаем существовали без перерывов. Чтобы еще больше подчеркнуть важность взаимоподдержки между странами, гиперадресант приводит цифровые данные, такие как: *объем торговли с Китаем увеличился на 31,8 процента; объем двусторонней торговли между КНР и РФ уже третий год подряд превысил 100 миллиардов долларов* и *за первые четыре месяца 2021 года объем китайско-российской торговли увеличился на 19,8 процента*. В связи с этим доказано, что Китай является главным и надежным торговым партнером для России.

4) Речевая стратегия на повышение, тактика анализ-«плюс» (по О. Л. Михалевой)

По определению О. Л. Михалёвой, стратегия на повышение отражает

«стремление говорящего максимально увеличить значимость собственного статуса» [Михалева 2009: 52]. Данная стратегия может реализовываться с помощью тактики анализ-«плюс» — «рассмотрение, разбор ситуации, предполагающий имплицитное выражение положительного отношения говорящего к описываемой ситуации» [Михалева 2009: 52]. В отобранных нами текстах стратегия на повышение направлена на демонстрацию прекрасных отношений между Китаем и Россией в сфере экономического сотрудничества. Рассмотрим языковые средства реализации тактики анализ-«плюс»: *Президент РФ Владимир Путин отметил вклад китайских партнеров в экономику Дальнего Востока и совпадение геополитических интересов России и Китая. «Мне очень приятно, что, во-первых, китайские партнеры являются самыми крупными инвесторами в экономику региона, а, во-вторых, самое главное, что мыне просто говорим о совпадении наших геополитических интересов, что, безусловно, очень важно, а занимаемся конкретной работой, добиваемся хороших результатов, видим перспективы и уверенно идем вперед», — заявил Путин на встрече с вице-премьером Госсовета КНР Ху Чуньхуа на полях ВЭФ (ТАСС, 05.09.2019).*

Гиперадресант и речедеятель (В. Путин) используют: 1) лексику с положительным значением, например, *вклад, приятно, крупный*, чтобы передать одобрение Китая российской стороной. Степень этого одобрения выражена благодаря наречию *очень* и прилагательному *самый*; 2) неоднократное повторение лексики со значением партийной солидарности *партнеры*, местоимения первого лица со значением группы лиц *мы, наши*, тем самым отмечается объединение Китая и России. На синтаксическом уровне речедеятель часто применяет вводные слова для логичного показа плюса китайского партнера и хороших отношений между двумя странами: *во-первых, во-вторых, самое главное, очень важно, безусловно* и др.

Внимание России к китайской стороне проявлено и в следующем примере: *Путин отметил, что в планы ЕАЭС полностью вписывается и идея*

председателя КНР Си Цзиньпина о сопряжении китайской «Инициативы пояса и пути» с другими интеграционными объединениями. По словам российского лидера, ЕАЭС стремится к максимально широкому взаимодействию со всеми заинтересованными государствами и объединениями, в первую очередь с Китаем. Президент обратил внимание, что соглашение о торгово-экономическом сотрудничестве между ЕАЭС и КНР начнет действовать в ближайшие месяцы (ТАСС, 26.04.2019).

С помощью конструкции *вписываться во что-то* и наречия *полностью* передается признание китайской идеи президентом России и обращение В. Путина к Китаю с приглашением присоединиться к планам ЕАЭС. *Вписываться* означает «гармонировать с окружающей обстановкой» [Ожегов, Шведова 2006: 101], то есть в тексте имеется в виду то, что идея Китая гармонирует с планами ЕАЭС. Тем более сочетания *в первую очередь, обратить внимание* подчеркивают, что В. Путин уделяет большое внимание Китаю. Соответственно, представлены добрые отношения между Китаем и Россией, которые могут быть обнаружены и в следующем тексте: *Когда председатель КНР Си Цзиньпин впервые принял участие в Восточном экономическом форуме в 2018 году, он подчеркнул: «Китай реализует региональную стратегию скоординированного развития, ускоряет восстановление старых промышленных баз на Северо-Востоке страны. Развитие Дальнего Востока также включено в национальную стратегию развития России, продвигается мощная политика взаимодействия и сотрудничества.» С тех пор была достигнута договоренность о создании межправительственного комитета по сотрудничеству Северо-Восточного Китая, Дальнего Востока России и Байкальского региона. Региональное сотрудничество Северо-Востока и Дальнего Востока – это только начало. Стоит отдельно напомнить, что 2018 год стал также годом китайско-российского сотрудничества и обменов на местном уровне, таковым он был определен лично главами государств Китая и России. Тогда аэропорт*

Владивостока привлек к сотрудничеству сразу 3 авиакомпании из Китая (РГ, 07.09.2021).

В таком контексте гиперадресант сопоставляет *региональную стратегию* развития экономики на Северо-Востоке Китая с *национальной стратегией* развития Дальнего Востока, чтобы отметить межправительственное сотрудничество в регионах обеих стран, что в свою очередь представляет углубленную кооперацию между Китаем и Россией, особенно сочетание *только начало* отражает ситуацию, которая будет еще лучше.

«Плюс» двусторонних отношений также показан 1) перед лицом мировых вызовов: *В условиях серьезного спада в мировой экономике, а также падения объемов мировой торговли и инвестиций темпы сотрудничества между двумя странами практически не замедлились. За 11 месяцев текущего года товарооборот торговли между КНР и Россией составил 97 миллиардов 389 миллионов долларов. Во многих областях был достигнут значительный прогресс, повышается интенсивность торговли, бурно развиваются новые форматы бизнеса, включая трансграничную электронную коммерцию* (РИА Новости, 18.12.2020);

В этом фрагменте состояние мировой экономики противопоставляется экономическому развитию между Китаем и Россией с помощью лексики с семантикой понижения (*спад, падение*) и лексики со значением увеличения (*прогресс, повышается, развиваются, не замедлились*). Прочность российско-китайских отношений в области экономики и бизнеса проявляется в устойчивом товарообороте между странами (*темпы сотрудничества не замедлились, за 11 месяцев текущего года товарооборот составил 97 миллиардов 389 миллионов долларов*). Глаголы в форме прошедшего времени (*составил, был достигнут*) показывают читателям результаты, полученные Китаем и Россией перед лицом вызова — коронавируса. Более того, благодаря прилагательным *многие, новые* и наречию *бурно* экономика между Китаем и Россией резко контрастирует с депрессией на мировом рынке, отражены позитивные и хорошие двусторонние

отношения стран.

2) во взаимном признании: *Один из самых ярких примеров эффективного высокотехнологичного сотрудничества – это Huawei. В 2020 году Москва использовала технологии и оборудование Huawei для продвижения решений «умный город». В будущем Huawei продолжит инвестировать в Россию, поскольку корпорация заинтересована в разработках российских научно-технических специалистов и коллективов. Как сказал Данил Бочков, эксперт по российско-китайским отношениям Российского совета по международным делам, РФ и КНР расширили свое сотрудничество практически на все стратегические и политические области (РГ, 07.09.2021).*

При помощи прилагательных *самый яркий, эффективный* продемонстрировано успешное сотрудничество между Китаем и Россией. Глагол в форме прошедшего времени *использовал* и краткое страдательное причастие *заинтересована* передают, что китайские технологии и оборудование признаются и используются Россией, а российские специалисты одобрены Китаем.

Совместная работа проявляется и в других проектах: *Двустороннее соглашение по программе создания тяжелого гражданского вертолета было подписано в июне 2016 года в ходе официального визита президента России Владимира Путина в Китай. В феврале 2017 года его утвердил премьер-министр РФ Дмитрий Медведев. Соглашение предполагает, что холдинг «Вертолеты России» (входит в Ростех) осуществит инвестиции в проект в виде технологий, а также разработает техническое предложение и отдельные системы новой машины на контрактной основе. Китайская сторона будет заниматься организацией и реализацией программы в целом, включая проектирование, постройку опытных образцов, проведение испытаний, сертификацию, производство, а также продвижение вертолета на рынок и общую координацию работ. Как заявляли ранее в холдинге, совместная разработка будет способствовать не только дальнейшему*

развитию сотрудничества в высокотехнологичных отраслях промышленности, но и «укреплению дружественных связей между Россией и Китаем в целом» (ТАСС, 31.08.2017).

Благодаря глаголам *осуществить, разработать, заниматься* и отглагольным существительным *проектирование, постройка, проведение, продвижение* гиперадресант описывает содержание совместной работы, отмечается, что Китай и Россия в сотрудничестве по проекту создания тяжелого гражданского вертолета воспользуются своими преимуществами, чтобы сделать эту программу успешной. Причем, чтобы позволить читателям больше узнать о значимости данной совместной разработки для двух стран, использован союз *не только..., но и ...* и затем подчеркнуты дружественные связи между двумя странами.

Таким образом, в текстах российских СМИ, которые не находятся под иностранным влиянием² и освещают международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина в области экономики и бизнеса, применялись 1) речевая стратегия одобрения и 2) стратегия убеждения, чтобы показать читателям правильность решения власти, взаимовыгодные проекты сотрудничества между Китаем и Россией. Представление результатов совместной работы над проектами может позволить народам увериться в перспективе совместного развития экономики стран. Выявлено также применение 3) речевой стратегии презентации и 4) стратегии на повышение, чтобы продемонстрировать дружественные отношения между Китаем и Россией. Обе стороны признают и поддерживают друг друга, придерживаются принципов взаимовыгодного сотрудничества.

2.4.2 Речевые стратегии и тактики в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием, по теме «Экономика и бизнес»

Мы полагаем, что интенция гиперадресанта изданий, находящихся под

иностранным влиянием¹², при сообщении о сотрудничестве Китая и России в области экономики и бизнеса, как правило, нацелена на выражение нейтральной или даже негативной оценки. Иными словами, гиперадресант не ставит цель одобрить или пропагандировать сотрудничество и хорошие отношения между двумя странами, а пытается показать, что сотрудничество Китая и России строится лишь на основе современных государственных интересов, а не дружбы. Если нарушатся интересы одной из двух сторон, то не будет и самого сотрудничества.

Например, в сообщении о подписании газового контракта между Китаем и Россией уделяется внимание именно препятствию на пути к сотрудничеству между двумя странами — перед подписанием возникли вопросы о цене газа. Гиперадресант применяет: 1) **речевую стратегию недоступности и тактику отрицания**, которая выражается с помощью языковых средств разных уровней. Речевая стратегия недоступности предполагает отражение неудачи или неуверенности в сотрудничестве Китая и России в области экономики: *Китай отложил подписание газового контракта с Россией; Накануне, 20 мая, газета «Ведомости» со ссылкой на источники в российской делегации написала, что переговоры затягиваются. После этого акции «Газпрома» упали на 2%; В интервью Bloomberg TV накануне визита Путина премьер-министр РФ Дмитрий Медведев заявил, что «переговоры с Китаем о поставках газа ведутся давно, назвав их “не самыми простыми” из-за расхождения взглядов о цене»* (Дождь, 21.05.2014)⁴¹¹.

На лексическом уровне гиперадресант использует лексику и словосочетания с отрицательным значением, например, *отложил, затягиваются, упали, не самыми простыми* и т.д., в частности, *отложить* — «положить в сторону, отдельно; то же, что отсрочить» [Ожегов, Шведова 2006: 474]; *затягиваться* — «замедлиться в развитии, задержаться, продлиться на какой-л. срок» [Кузнецов 2000: 353]. Использование этих средств показывает безуспешность проекта, что привело к негативным результатам: *акции упали*. На

синтаксическом уровне применяются отрицательные предложения, которые образуются посредством частицы с отрицательным значением. Например: *Китайская государственная нефтяная компания PetroChina («дочка» крупнейшего в Китае производителя нефти и газа CNPC) не будет подписывать контракт с «Газпромом» о поставках газа в ходе визита президента России Владимира Путина (Дождь, 21.05.2014)⁴¹¹.*

Кроме этого, чтобы подтвердить точку зрения гиперадресанта, убедить читателя в своей правоте, приводятся слова третьих лиц: *«Сейчас цена на импортный газ превышает стоимость на внутреннем рынке. Мы и так **теряем** деньги из-за импортного газа и **не можем** допустить дополнительных **убытков**», — сказал Мао Цзэфэн; «Китай благотворительностью, **конечно**, заниматься **не будет**. <...> Китай **не спешит**. Инициатива должна исходить от России. Россия на этом фоне **отказалась** от газопровода через Алтай и решила сконцентрироваться на месторождениях в Восточной Сибири и уже оттуда вести газопровод. **Но** там газ богат дополнительными химическими веществами, и чтобы его очистить, **нужны значительные инвестиции**», — сказал ранее «Дождю» старший аналитик ArbatCapital Виталий Громадин (Дождь, 21.05.2014)⁴¹¹. В речи экспертов Мао Цзэфэна (пресс-секретаря компании PetroChina) и Виталия Громади (старшего аналитика ArbatCapital) также используются: 1) лексемы с негативным значением (*теряем, убытков, отказалась*), например, *терять* обозначает «лишаться чего-л. по небрежности» [Кузнецов 2000: 1320]. По контексту можно рассудить, что китайская сторона из-за своего недосмотра лишается денег, поэтому не может уступить; 2) отрицательные предложения с отрицательной частицей *не можем, не будет, не спешит* и т. д., а вводное слово *конечно* даже усиливает решительное отрицание речедеятелем (*Виталий Громадин*) условий для этого сотрудничества.*

Стратегия недоступности и тактика отрицания применяются и в сообщении о других проектах между Китаем и Россией: *Huawei может перейти на российскую операционную систему “Аврора”* (заголовок). Ранее

компания *Google* **лишила** китайскую компанию доступа к обновлениям *Android* **из-за внесения Huawei в «черный список» в США. Переход Huawei на «Аврору»** обсуждался на встрече главного исполнительного директора компании Го Пина с российским министром цифрового развития и связи Константином Носковым. Переговоры прошли перед Петербургским экономическим форумом, пишет интернет-издание *The Bell* со ссылкой на источники. Утверждается, что Китай уже **тестирует** устройства с предустановленной «Авророй». Кроме того, на встрече обсуждалась **локализация** производства в России **части устройств Huawei**. О возможности установки российской операционной системы на китайские смартфоны говорили и Владимир Путин с председателем КНР Си Цзиньпином. ОС «Аврора» представляет собой российскую версию финской *Sailfish*. Ее создателя, компанию *Jolla*, в 2014 году купил российский предприниматель Григорий Березкин. Позднее он договорился с **Минкомсвязи** о развитии на ее базе российской операционной системы. Ранее **стало известно**, что на телефоны с российской ОС будут **массово переводить чиновников, сотрудников госкомпаний и бюджетников** (Эхо Москвы, 11.06.2019)³¹⁰.

В данном сообщении гиперadresант СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², с помощью употребления лексики и сочетания с негативным значением (*лишила, черный список*) пытается вызвать у читателей сомнение в китайском смартфоне *Huawei*. *Лишить* — «оставить без кого-л, чего-л., отнять что-л. у кого-л» [Кузнецов 2000: 502]; *черный список* — «список подозрительных, неблагонадежных лиц, не принимаемых на работу или увольняемых в первую очередь; список лиц или других существей (объектов), которым отказано в конкретном праве, привилегии или действии» [Мокиенко, Никитина 2007: 637]. Отмечается, что компания *Google* не сотрудничает с *Huawei*, а причина этого гиперadresантом не указана. Таким образом, читателю непонятно, почему российское правительство приняло переход китайского *Huawei* на российскую операционную систему. Кроме непризнания китайского

смартфона, также не поддерживаются хорошие китайско-российские отношения, что выражается при помощи употребления лексики со значением ограничения: *локализации, часть. Локализация* — значение которого совпадает с лексикой *локализовать*, обозначает «ограничивать определённым местом, не допустить — не допускать распространения чего-л. дальше определенного места» [Кузнецов 2000: 504], поэтому может возникнуть сомнение в благожелательном отношении России к этому проекту, и создано впечатление, что сотрудничество между Китаем и Россией условно и ограничено. Причем гиперадресант текста совсем не сообщил ни о причине локализации части устройства, ни о результатах переговоров между лидерами двух стран. В то же время в последнем предложении отмечены потенциальные пользователи российской операционной системы «Аврора»: *чиновники, сотрудники госкомпаний и бюджетники*. Итак, гиперадресант создает у читателей ощущение того, что сотрудничество с Китаем по проекту Huawei осуществляется, скорее всего, только ради некоторых интересов власти, а не для пользы всего населения, вследствие этого результаты совместной работы остаются неизвестными.

Обобщим использованные средства достижения интенции гиперадресанта: отрицание китайского смартфона, непризнание хороших отношений между Китаем и Россией и выражение недоверия к власти России. Следовательно, гиперадресант нацелен на сообщение о недостаточной эффективности данного проекта. Сравнить с сообщением в российских СМИ, не находящимся под иностранным влиянием², где указано намерение и возможность сотрудничества России с Китаем: *Отвечая на вопрос, на какую тему велись переговоры, Мамонов сказал: «По поводу использования мобильной системы "Аврора" ... Мы только договорились о том, что **начнем эту работу**. То есть для нас тот факт, что на самом верхнем уровне **признаны**, наши разработки **не лишены интереса**, то есть мы можем выйти на третий продукт какой-то»* (РИА Новости, 21.06.2019).

Дискредитация отношений между Китаем и Россией реализуется и с помощью 2) **речевой стратегии сопоставления и тактики сравнения:**

*Накануне визита Путина в Китай премьер-министр РФ Дмитрий Медведев в интервью Bloomberg TV заявил, что переговоры с Китаем о поставках газа ведутся **давно**, назвав их «не самыми простыми» из-за расхождения взглядов о цене (Дождь, 21.05.2014)⁴¹¹; «Газпром» рассчитывал получить в качестве базовой цены для Китая **400 долларов** за тысячу кубометров. Китайская сторона хотела **350–360 долларов** (Дождь, 21.05.2014)⁴¹¹.* Гиперадресант с помощью противопоставления лексики *накануне* – *давно*, *400 долларов* – *350–360 долларов* сравнивает настоящую ситуацию с прошлыми условиями, цену от России с ценой от Китая и в данных сравнительных предложениях выражает свое субъективное мнение о том, что сотрудничество между Китаем и Россией не такое успешное. Обе стороны не достигли согласия из-за своих интересов. Несмотря на то что Китай и Россия в итоге подписали контракт, гиперадресант не придает информации положительной оценки, а акцентирует внимание на вопросе «торга» между Китаем и Россией. Такая подача информации не способствует формированию у аудитории положительного представления об отношениях между Китаем и Россией.

Более того, в ходе анализа было установлено, что отобранные тексты о проекте поставки газа в Китай семантически не серьёзно отличаются, они освещают одно и то же событие — поставку природного газа из России в Китай. При этом акцент всегда делается на том, что ведутся переговоры насчет объема и стоимости поставок, т.е. финансовых интересах РФ: *Объемы годовой поставки российского газа в Китай составят 38 млрд кубометров с возможностью **увеличения** до 60 млрд (Дождь 22.03.2013)⁴¹¹; Россия планирует **увеличить** товарооборот с Китаем в два раза — до 200 миллиардов долларов (Дождь, 24.05.2014)⁴¹¹.* Следовательно, лексика и композиционная организация текстов новостей СМИ повторяются, нет разнообразия, неоднократно

озвучивается общая сумма контракта, объём поставок, аванс от Китая и т. д.

В сообщении о проекте связи между Китаем и Россией тоже отражено, что китайско-российское сотрудничество основано на собственных интересах: *Российские власти потребовали закупить для переписи населения отечественные планшеты вместо китайских* (заголовок). После конкурса, проведенного «Ростелекомом» в прошлом месяце, российские компании *пожаловались*, что в переписи будет использоваться *зарубежная продукция*. В итоге правительство решило объявить новый тендер. В результате, по сведениям источника «Интерфакса», закупка *отечественных устройств обойдется бюджету почти на 2,5 миллиарда рублей дороже* (Эхо Москвы, 19.12.2019)³¹⁰.

В данном сообщении противопоставляются китайские и российские технологии с помощью прилагательных *отечественный, зарубежный, китайский*. Относительно того, почему было заменено оборудование для переписи населения, гиперадресант указал причину: *российские компании пожаловались, что в переписи будет использоваться зарубежная продукция*. Глагол *пожаловаться* означает «высказывать жалобы» [Ожегов, Шведова 2006: 189], то есть отмечается недовольство китайской продукцией, в результате правительство России решило не сотрудничать с Китаем. Таким образом, в тексте не отражена дружба и взаимоподдержка между Китаем и Россией.

3) **Речевая стратегия неясности**, которая реализуется с помощью **тактики неопределенности и тактики замалчивания**:

Проанализировав отобранные тексты СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², в области экономики и бизнеса, отметим, что стратегия неясности часто используется, когда речь идет о проектах сотрудничества, например, *Контракт с китайской национальной нефтегазовой корпорацией может быть подписан до конца этого года и начнет действовать с 2018 года*; Глава «Газпрома» отметил, что *предусмотрена возможность авансового платежа в счет будущих поставок газа* (Дождь,

22.03.2013)⁴¹¹. На лексическом уровне применяются словоформы со значением неуверенности (*может быть, возможность* и др.) и неопределенное местоимение *несколько*: «Газпром» и CNPC вели переговоры о заключении контракта **в течение нескольких лет** (Дождь, 21.05.2014)⁴¹¹. Подобные выражения заставляют читателей сомневаться в перспективе сотрудничества двух стран.

Но на самом деле договоренность была достигнута: *Россия и Китай подписали меморандум о поставках газа через Алтай* (Дождь, 09.11.2014)⁴¹¹. Итак, посредством стратегии неясности и тактики неопределенности гиперадресант ставит под сомнение, дискредитирует взаимоотношения двух стран и оказывает воздействие на сознание читателей.

В следующем примере также применяется тактика неопределенности: *Россия будет поставлять в Китай пшеницу и **возможно** пресную воду* (заголовок). *Как сообщил глава Минсельхоза Александр Ткачëв партии зерна будут отправлены **в ближайшее время***. Кроме того, министр добавил, что «Москва готова обсудить с Пекином возможность перебрасывать пресную воду с Алтая в Синьцзян-Уйгурский автономный район Китая, который страдает от засухи» (Эхо Москвы, 03.05. 2016)³¹⁰; *Лидеры России и Китая, как сообщили в Пекине, завтра запустят совместный ядерный проект* (заголовок). *Владимир Путин и Си Цзиньпин будут участвовать в церемонии по видеосвязи. Об этом на сайте МИДа Китая. О каком именно проекте идет речь, **не уточняется*** (Эхо Москвы, 18.05.2021)³¹⁰.

В данных текстах применяется лексика со значением неопределенности (*в ближайшее время, возможно*), поэтому читатели не знают, когда будет поставлена пшеница и состоится ли поставка пресной воды. В то же время реализуется **тактика замалчивания**. Особенно употребление глагола с отрицательной частицей *не уточняется* не позволяет читателям понять суть проекта. Гиперадресант нарушает максимум количества по принципу кооперации Грайса, дает читателям меньше информации, чем нужно им. Когда люди чего-то

не понимают, не знают, у них не может сложиться хорошее впечатление о событии. Более того, если в сообщениях всегда не хватает конкретных достижений по проектам сотрудничества с другими странами, это также заставит людей сомневаться в компетентности правительства и отношений между странами.

4) Стратегия на понижение, тактика обвинения (по О. Л. Михалевой)

О. Л. Михалёва выдвинул стратегию на понижение, которая может быть реализована посредством тактики обвинения — «приписывание кому-либо какой-либо вины, признание виновным в чем-либо, а также раскрытие, обнаружение чьих-либо неблагоприятных действий, намерений, качеств» [Михалева 2009: 47].

Рассмотрим языковые средства реализации данной тактики в следующем примере: *Выход на рынок новой, третьей модели российского смартфона Йота-фон откладывается из-за недостаточного финансирования проекта китайскими акционерами, — сообщил сегодня глава Ростеха Сергей Чемезов. По его словам, пока неизвестно, когда презентация состоится. Старт продаж третьего поколения Йота-фона планировался в середине 2016 года, целевыми рынками считались Россия и Китай (Эхо Москвы, 14.03.2017)*³¹⁰.

В этом фрагменте прямо указано, что смартфон Йота-фон-3 не выходит на рынок в срок из-за ошибок китайской стороны. *Откладываться* — «перенести на более поздний срок, отсрочить» [Кузнецов 2000: 751]. С помощью данного глагола, предлога с выражением причины *из-за* и прилагательного с отрицательным значением *недостаточный* представлено обвинение китайской стороны, что создает у читателей плохое впечатление о Китае и не способствует обмену между народами двух стран. В СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², гиперадресант текстов, наоборот, не упоминает данную историю, а предоставляет информацию о времени продажи смартфона и одобрении, доверии России к Китаю, например: *Официальные продажи смартфона YotaPhone третьего поколения с двумя экранами начнутся в сентябре в*

Китае, в конце 2017 года планируется запуск продаж в России; Китай — крупнейший в мире рынок смартфонов, и мы уверены, что старт продаж в Китае положит начало успешной глобальной экспансии бренда YotaPhone... (РИА Новости, 23.08.2017).

Итак, в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², освещающих международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина в области экономики и бизнеса отмечается то, что гиперадресант для выражения своего субъективного значения или интенции использует: 1) речевую стратегию недоступности, 2) стратегию сопоставления, 3) стратегию неясности и 4) стратегию на понижение, чтобы сообщить о сотрудничестве между Китаем и Россией с негативной стороны, не давая представление о дружбе двух стран. Помимо этого, мы отметим, что в текстах о совместных проектах в области экономики внимание уделяется неудачам взаимодействия между двумя странами или выгоде, полученной Китаем от России, например: *Москва готова обсудить с Пекином возможность перебрасывать пресную воду с Алтая в Синьцзян-Уйгурский автономный район Китая, который страдает от засухи* (Эхо Москвы, 03.05.2016)³¹⁰. Подобные новости вызывают неприятное ощущение у читателей, которые могут подумать, что сотрудничество между Китаем и Россией осуществляется несправедливо и очень сложным путем.

Итак, направленность, концепция издания и интенция гиперадресанта взаимосвязаны, что влияет на выбор стратегий, тактик и языковых средств. В текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², использована речевая стратегия одобрения, убеждения, презентации и стратегия на повышение, чтобы представить читателям перспективу экономического сотрудничества между Китаем и России и их дружественные отношения. Зато в изданиях, находящихся под иностранным влиянием¹², события освещаются больше с негативной стороны, делается акцент на неудачах, расчетливости двух стран.

2.5 Категория определенности /неопределенности в текстах российских СМИ

Из вышеприведенного анализа следует, что выбор лексем играет важную роль в реализации речевых стратегий и тактик.

Лексемы в СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием², в основном отличаются от СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², определенностью идеи сотрудничества. Например, в медиатекстах, не находящихся под иностранным влиянием², всегда употребляются лексемы с семантикой солидарности (*коллеги, партнеры, друзья*), одобрения и восхваления (*дружеский, важный, лучший*), со значением категоричности действий (*твердо, уверенность, решимость*). В медиатекстах, находящихся под иностранным влиянием¹², используются лексические единицы с отрицательной семантикой (*посетовать, умершие*), со значением неуспеха (*неготовность, отсутствие* и др.).

Однако существуют случаи, когда лексика со значением неопределённости встречается не только в СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², но и в СМИ, не находящихся под иностранным влиянием². Например, употребляются выражения: *может быть, возможность, возможный* и т. д. Интенция гиперадресанта рассматривается нами как важная черта, которая отражает силу использования речевых стратегий, а стратегии и тактики в свою очередь подчиняют себе значения языковой единицы. Под влиянием разных интенций лексемы со значением неопределенности в разных контекстах могут означать противоположенные понятия.

В текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², лексика со значением неопределенности отражает желание или надежду каких-то действий. Например, *В начале июня по итогам встречи президента РФ Владимира Путина и председателя КНР Си Цзиньпина были подписаны*

двусторонние документы, которые **позволят** расширить перечень и объем поставляемого в Китай из России зерна и продуктов его переработки. В частности, **были внесены** изменения, которые включили Курганскую область в список **возможных** поставщиков пшеницы в Китай (ТАСС, 29.07.2019).

Согласно контексту, где используются краткие страдательные причастия прошедшего времени (*были подписаны, были внесены*), можно узнать, что уже подписано соглашение экспорта пшеницы из России в Китай, и расширен список поставщиков, в который включена Курганская область, поэтому прилагательное *возможный* означает, что в будущем у Курганской области есть шанс и право экспортировать пшеницу в Китай. Модальность неопределенности в этом тексте отражает активную перспективу.

Однако в СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², модальность неопределенности проявляется иначе: *Ранее компания Google лишила китайскую компанию доступа к обновлениям Android из-за внесения Huawei в «черный список» в США. Переход Huawei на «Аврору» обсуждался на встрече главного исполнительного директора компании Го Пина с российским министром цифрового развития и связи Константином Носковым. Переговоры прошли перед Петербургским экономическим форумом, пишет интернет-издание The Bell со ссылкой на источники. Утверждается, что Китай уже тестирует устройства с предустановленной «Авророй». Кроме того, на встрече обсуждалась локализация производства в России части устройств Huawei. **О возможности** установки российской операционной системы на китайские смартфоны говорили и Владимир Путин с председателем КНР Си Цзиньпином (Эхо Москвы, 11.06.2019)³¹⁰.*

Мы узнаем из контекста о том, что китайская компания *Huawei* не признается компанией *Google*, так как внесена ею в «черный список» в США. Следовательно, *Huawei* будет сотрудничать с российской мобильной операционной системой «Аврора». С помощью лексем *локализация, части* гиперадресант пытается передать информацию о том, что сотрудничество

между Китаем и Россией условно. Таким образом, в этом фрагменте *возможность* означает неуверенность в том, что соглашение по проекту мобильной системы будет подписано, неизвестно, будет ли китайская мобильная система признана российской компанией.

Следовательно, когда речь идет о возможности в разных контекстах она может означать прямо противоположные понятия, положительные или отрицательные, что тесно связано с интенцией гиперадресанта в передаче информации.

Можно обобщить, что лексические единицы употребляются по-разному. Гиперадресант придает им свое субъективное значение, которое не только зависит от коммуникативной цели, но и от контекста высказывания.

Выводы

Отобранные нами тексты СМИ, которые не находятся/находятся под иностранным влиянием² и освещают международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина, были разделены по трем темам: «Культура», «Медицина» и «Экономика и бизнес». Проанализировав материал, мы можем заключить, что направленность СМИ влияет на интенцию гиперадресанта, в результате различаются способы передачи информации.

I. Культура

В текстах из рубрики «Культура» гиперадресант СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², нацелен на содействие межкультурной коммуникации между Китаем и Россией.

С этой целью применяются следующие речевые стратегии:

1. Речевая стратегия самопрезентации;
2. Речевая стратегия персуазивности;
3. Речевая стратегия на повышение;

4. Речевая стратегия информирования.

Данные речевые стратегии реализуются с помощью следующих тактик:

1. Тактика «обозначить своих»;
2. Тактика аргументации;
3. Тактика «акцентирования положительной информации»;
4. Тактика разъяснения.

Для осуществления выделенных стратегий и тактик используются следующие языковые средства соответственно:

1. а) Имена существительные со значением социальной, партийной солидарности: *коллеги, партнеры, друзья*; б) местоимения первого лица со значением группы лиц *наши, мы*; в) языковые единицы с семантикой совместности (*совместный, совместно, вместе с, договориться, договоренность*) и объединённости (*единый, общий, объединить, единение* и др.); г) эмоционально-оценочная лексика — языковые единицы с положительной оценкой (одобрения, восхваления): *дружеский, важный, лучший, высокий* и др.

2. а) Лексика, указывающая на важность события в контексте высказывания: наречия (*чаще всего, обычно*), прилагательные (*специальный*), неопределенно-количественные числительные (*несколько раз*), сочетания с глаголами со значением повторения действия (*не раз вспоминал, вновь вспомнил, еще раз напомнил*) и т.д.; б) лексика со значением необычности, единственности: *особенный, единственный*; в) цитирование прямой речи президента России, в которой подчеркивается дружба между странами.

3. а) Лексика с положительной оценкой (*торжественный, особенно приятно, искренний* и др.); б) словосочетания с семантикой уважения и внимания к человеку или предмету (*лучший друг, большая честь, ведущий вуз* и др.).

4. а) Дополнение информации об исторических событиях (*Великая Отечественная война, Вторая мировая война* и др.); б) использование

количественных числительных (*152 танка, 24,2 тысячи чел., 90%* и т. д.); в) лексемы, которые могут выразить особенности предмета (*самый, отличный, замечательный* и др.).

Итак, читая тексты СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием², гиперадресат узнает о хороших отношениях между Китаем и Россией, об активном взаимодействии двух стран в области культуры.

Следует отметить, что одной из характеристик текстов СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², в области культуры является представление читателям различных культурных знаний для стимулирования культурного обмена между народами двух стран.

Это противоречит интенции СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², поскольку в результате анализа текстов изданий, находящихся под иностранным влиянием¹², мы выделили три «помехи» в межкультурной коммуникации Китая и России:

1. Культура обеих стран представлена адресатам нечетко, непонятно;
2. Выражается отрицательное отношение к иностранной культуре;
3. Понижается образ лидеров стран, чтобы у народов возникло негативное представление об отношениях между двумя странами.

Согласно данным «помехам», в текстах используются следующие речевые стратегии и тактики:

1. Некооперативная стратегия и тактика умолчания;
2. Речевая стратегия противоречия и тактика отрицания;
3. Речевая стратегия на понижение и тактика непочтительности.

Соответственно, в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹² встречаются такие языковые средства, как:

1. а) Частичное освещение события, отсутствие деталей, пояснений; б) семантически и синтаксически неполные предложения.

2. а) Ирония; б) отрицательные местоимения (*никто*); в) отрицательные предложения (*ничего не сообщали*), глаголы с частицей НЕ (*не знал*).

3. а) Сопоставление, выраженное в сложноподчиненном предложении с указательным словом *тогда* и союзным словом *когда*; б) снижение важности события, выраженное в перечислении подобной информации; в) глагол с отрицательным значением (*вырезать* и др.).

Таким образом, гиперадресант СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², пытается воздействовать на гиперадресата, позволяет читателям не одобрять действия лидеров двух стран, сотрудничество и хорошие отношения между ними. Кроме этого, отсутствие представления о культуре двух стран привело к понижению коммуникативной эффективности между народами Китая и России.

II. Медицина

В текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², из рубрики «Медицина» продемонстрирована решимость и действия Китая и России в совместной борьбе с коронавирусом и попыткой других стран политизировать эту тему. В частности, создан героический образ Китая, В. Путина, России и представлен образец межгосударственных отношений на примере Китая и России. Показаны китайский опыт в борьбе с коронавирусом, возможности российского президента и активное сотрудничество двух стран. Следовательно, отражена идея о том, что у обеих стран есть способность бороться с коронавирусом, поэтому будет одержана победа над ним.

Все эти интенции реализуются благодаря использованию следующих речевых стратегий:

1. Речевой стратегии «создание круга своих»;
2. Речевой стратегии «создание круга чужих»;
3. Речевой стратегии сотрудничества.

Данные речевые стратегии реализуются при помощи таких тактик, как:

1. Тактика поддержки и тактика «создание образа героя»;
2. Тактика «дистанцирования»;
3. Тактика единения в действиях.

С целью осуществления вышеуказанных речевых стратегий и тактик используются следующие языковые средства соответственно:

1. а) Лексика со значением одобрения (*хороший, одобрять, ценить* и др.); б) лексика со значением категоричности (*уверенность, решимость* и др.); в) лексика со значением содействия (*помощь, взаимный, поддерживать* и др.); г) предложение с обстоятельством образа действия, выраженным формой творительного падежа существительного без предлога со значением инструмента (*общими усилиями*); д) лексика со значением возможности и успеха (*сможет, успешно, пример* и др.); е) вводные слова со значением уверенности, правильности (*действительно* и др.); ё) синтаксический параллелизм.

2. а) Лексика со значением отчуждения (*борьба, противостояние* и др.); б) лексические единицы, выражающие «обезличивающее обобщение и неопределенность» (*любой, всякий, различный* и др.); в) высказывания с отрицательной оценкой (*негативное влияние, nepозволительный* и др.); г) предложение с отрицательной частицей *НЕ*.

3. а) Лексика со значением поддержки и взаимодействия (*кооперация, взаимопомощь, поддерживать* и др.); б) лексика со значением положительной оценки (*партнерский, активно* и т. д.).

Однако гипер адресант СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², в отличие от СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², сообщает о сотрудничестве между Китаем и Россией в области медицины с противоположной стороны, пытается показать недостатки власти, понизить значимость взаимодействия Китая и России, а также не предоставляет гипер адресату информацию о взаимной поддержке и помощи между двумя странами.

Итак, в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², нами были выделены следующие речевые стратегии и тактики:

1. Некооперативная стратегия и тактика неясности, тактика замалчивания;

2. Речевая стратегия дискредитации и тактика понижения образа.

Они реализуются с помощью таких языковых средств, как:

1. а) Создание информационных планов, представленных в отдельных частях, которые, противоречат друг другу; б) лексемы с обобщенным значением (*другие страны, некоторые*); в) частичное освещение события, отсутствие деталей, пояснений; г) семантически и синтаксически неполные предложения.

2. а) Отрицательное предложение (*не уточняются, не прилетел* и др.); б) лексика с отрицательным значением (*посетовать, умершие* и др.); в) противительные предложения с союзами *но, однако*; г) лексика со значением неуспеха (*неготовность, зараженные, отсутствие* и др.).

III. Экономика и бизнес

Из рубрики «Экономика и бизнес» мы рассмотрели ряд международных экономических форумов, в которых приняли участие президент России и председатель КНР, и ряд подписанных соглашений об экономическом сотрудничестве между Китаем и Россией с участием В. Путина и Си Цзиньпина.

Гиперадресант СМИ, не находящийся под иностранным влиянием², при кодировании информации об экономике и бизнесе стремится передать полученные достижения совместных проектов сотрудничества, подчеркнуть перспективу развития экономики двух стран и взаимовыгодные отношения между ними.

Для достижения данных интенций были использованы следующие стратегии:

1. Речевая стратегия одобрения;
2. Речевая стратегия убеждения;
3. Речевая стратегия презентации;
4. Речевая стратегия на повышение.

Данные речевые стратегии были реализованы с помощью таких тактик, как:

1. Тактика похвалы;
2. Тактика доказательства;
3. Тактика близости;
4. Тактика анализ-плюс.

Надо отметить, что при показе достижений, полученных в процессе сотрудничества по проектам между Китаем и Россией, часто применяются следующие языковые средства:

1. а) Лексика со значением одобрения (*приоритетный, важный* и т. д.); б) лексика со значением необходимости (*необходимо, должны* и др.); в) лексика со значением степени (*самый крупный, более справедливый* и др.); г) метафора.

2. а) Цитирование цифровых данных; б) лексика со значением увеличения (*рост, превысил, увеличился* и др.); в) предлоги со значением временного предела *до, на*; г) лексика со значением обобщенности (*все, весь* и др.).

3. а) Лексика со значением активного стремления к сотрудничеству (*стремление, активно, заинтересованность, наращивать* и др.); б) лексика со значением продолжительности (*дальнейший, продолжение* и др.); в) местоимение первого лица *мы*; г) лексика со значением объединения (*вместе, совместное* и т. д.).

4. а) Лексика с положительным значением (*приятно, очень важно, перспективы, вперед* и др.); б) неоднократное повторение лексики со значением солидарности (*партнеры*); в) вводные слова, приобретающие значение усиления, градации и уточнения аналогичности текста (*безусловно, во-первых, во-вторых*); г) сопоставление информации; д) предложение с составным градационным союзом (*не только... но и*).

В текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², гиперадресант уделяет внимание неудачам совместной работы Китая и России из-за собственных интересов, понижению образа власти России, Китая и неэффективности взаимодействия двух стран. В особенности гиперадресант предпочитает сообщать о выгодах, полученных Китаем от России, чтобы

вызвать у гиперадресата неприятное ощущение от сотрудничества между двумя странами в экономике.

Было выявлено, что наиболее часто в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², используются следующие речевые стратегии и тактики:

1. Речевая стратегия недоступности и тактика отрицания;
2. Речевая стратегия сопоставления и тактика сравнения;
3. Речевая стратегия неясности и тактика неопределенности, тактика замалчивания;
4. Речевая стратегия на понижение и тактика обвинения.

Вышеуказанные речевые стратегии и тактики реализуются при помощи следующих языковых средств:

1. а) Лексика с отрицательным значением (*отложил, упали, черный список* и др.); б) отрицательные предложения; в) цитирование прямой речи с описанием неудачи.

2. Лексическое противопоставление (*накануне – давно, отечественный – зарубежный* и т. д.).

3. а) Лексика со значением неуверенности и неопределенности (*может быть, возможность* и др.); б) отрицательные предложения; в) частичное освещение события, отсутствие деталей, пояснений (*не уточняется*).

4. а) Предлог с выражением причины *из-за*; б) лексика с отрицательным значением.

Таким образом, для соединения собственной интенции с встречной интенцией читателя, гиперадресант СМИ, не находящихся/находящихся под иностранным влиянием², выбирает подходящую для себя информацию и применяет соответствующие речевые стратегии и способы их реализации. В изданиях, не находящихся под иностранным влиянием², всегда используются полные, сложные предложения, а в медиатекстах, находящихся под иностранным влиянием¹², встречаются синтаксически и семантически неполные

предложения. Кроме того, в них употребляется лексика с положительным или отрицательным значением, а также вводные слова, предлоги, союзы и другие языковые единицы, использование которых позволяет гиперадресанту реализовать различные интенции и коммуникативные цели.

В материалах по каждой теме мы отметили характерные стратегии, тактики и языковые средства их реализации. Результаты анализа обобщены в созданной нами таблице (см. приложение 1, таблицы 1–3).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В российских медиатекстах, освещающих международную деятельность лидеров Китая и России, используются различные речевые стратегии и тактики. Благодаря применяемым речевым стратегиям медиатексты рассматриваются как инструмент воздействия на сознание и поведения людей, поскольку в них создаются определенные впечатления о лидерах государств, двухсторонних отношениях между Китаем и Россией и т. д.

Опираясь на теорию речевых актов, мы исследуем медиатексты, которые нацелены на передачу информации с определенной интенцией адресанта и функцией воздействия на сознание или поведение массовой аудитории. В настоящее время люди познают мир не только посредством чтения новостных текстов, но и с помощью других средств массовой информации, поэтому важно, насколько эффективно распространяются медиатексты и с какой коммуникативной целью. Именно по этой причине мы уделяем особое внимание проблеме речевых стратегий. В работе нами было определено соотношение между стратегиями и тактиками, роль интенции в использовании речевых стратегий и параметры классификации речевых стратегий. Было отмечено, что в СМИ используется множество видов речевых стратегий и отсутствуют единые параметры их систематизации. В связи с этим, для анализа и классификации речевых стратегий был разработан комплексный подход с учётом разных параметров: *интенции адресанта, целенаправленности речевого воздействия, соблюдения/несоблюдения принципов общения* и т. д.

Основываясь на выводах ученых о коллегиальном характере коммуникантов в СМИ, мы уточнили термин *гиперадресант* и сформулировали термин *гиперадресат*. Мы отмечаем, что при создании новостного текста автор и издание имеют общую интенцию, они как единый гиперадресант передают информацию читателям. Хотя в нескольких рассматриваемых нами медиатекстах указано только имя индивидуального автора, на его стиль и

намерение также влияет направленность издания. Разумеется, что у автора есть свой идиостиль подачи информации, но это не исключает его из состава гиперадресанта. Более того, многие СМИ теперь публикуют новости без автора, под именем издания, что ещё больше отражает коллективный характер адресанта.

Несмотря на то что мы исследуем речевые стратегии и речевое воздействие с точки зрения говорящего, гиперадресат в свою очередь тоже играет важную роль в массовой коммуникации. Мы называем гиперадресата группой образцовых читателей гиперадресанта, то есть, когда гиперадресат воспринимает и поддерживает интенцию гиперадресанта, это значит, встречная интенция гиперадресата совпадает с интенцией гиперадресанта, соответственно, речевой акт можно считать образцовым, используемые речевые стратегии — подходящими, а ожидаемое речевое воздействие — доступным. Таким образом, гиперадресат, его предпочтения при выборе и передаче информации новостей соответствуют представлениям гиперадресанта.

Вышеуказанные термины имеют связь с понятием интенции, которая влияет на то, как реализуются речевые акты и стратегии и каким образом достигается речевое воздействие в медиатекстах. Хотя СМИ стремятся передать информацию объективно, но это невозможно в определенном смысле. Гиперадресант часто добавляет субъективное значение в свои высказывания, уделяет внимание достижению коммуникативной цели, старается повлиять на сознание или поведение гиперадресата. Итак, в массовой коммуникации интенция гиперадресанта играет важную роль. Интенция считается стимулом порождения коммуникации и реализуется с помощью речевых стратегий.

В нашем исследовании доказано, что интенции гиперадресантов различаются в зависимости от направленности издания. Для анализа были отобраны российские СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием² («РИА Новости», «ИТАР-ТАСС» и «Российской газета») и СМИ, находящиеся под иностранным влиянием¹² («Эхо Москвы»³, «Дождь»⁴). В медиатекстах

изданий разной направленности наиболее ярко представлены языковые особенности российских СМИ, противоположные коммуникативные намерения гиперадресанта и используемые им речевые стратегии. Для исследования были выбраны медиатексты о международной деятельности лидеров Китая и России, так как их деятельность показывает направление развития отношений государств во всех сферах. Вне зависимости от того, принимают ли они участие в международной деятельности вместе или проводят личную встречу, в СМИ отражаются обстоятельства развития отношений между Китаем и Россией. Кроме этого, данные медиатексты отличаются серьезным содержанием и привлекают внимание читателей.

Мы распределили отобранные медиатексты не только по направленности издания (не находящиеся под иностранным влиянием² и находящиеся под иностранным влиянием¹²), но и по темам: «Культура», «Медицина», «Экономика и бизнес».

В этом плане не менее важна и выделенная нами встречная интенция – тексты создаются с учётом ожиданий читателя как в СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², так и в СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹².

Анализ материала показывает, что общая интенция гиперадресанта СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², состоит в отражении дружественных отношений между Китаем и Россией, мудрости властей государств, что способствует развитию двусторонних отношений и обмену между народами Китая и России. Однако СМИ, находящиеся под иностранным влиянием¹², не заинтересованы в этом. Гиперадресант СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², предоставляет информацию о трудностях или неудачах в российско-китайском сотрудничестве, не подчеркивает хорошие отношения между двумя странами и даже занижает образ лидеров государств.

Все указанные интенции более конкретно проявляются в разных темах.

1. В текстах СМИ, которые не находятся под иностранным влиянием² и

освещают международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина **в области культуры**, интенция гиперадресанта заключается в углублении культурного взаимодействия между Китаем и Россией, в стимулировании культурного обмена между народами двух стран. На наш взгляд, тексты новостей СМИ, не находящиеся под иностранным влиянием², служат импульсом для развития межкультурной коммуникации. Анализ отобранных медиатекстов позволил нам выделить популярные речевые стратегии и тактики: 1) речевая стратегия самопрезентации, 2) речевая стратегия персуазивности, 3) речевая стратегия на повышение, 4) речевая стратегия информирования. Данные стратегии реализуются с помощью таких тактик, как: 1) тактика «обозначить своих», 2) тактика аргументации, 3) тактика «акцентирования положительной информации», 4) тактика разъяснения.

Проанализировав отобранные тексты СМИ, находящиеся под иностранным влиянием¹², о культуре, установлено, что тексты СМИ, находящиеся под иностранным влиянием¹², выступают как «помехи» в межкультурной коммуникации Китая и России. Были выделены следующие «помехи»:

- 1) Культура обеих стран представлена адресатам нечетко, неподробно;
- 2) Выражается отрицательное отношение к иностранной культуре;
- 3) Занижается образ лидеров стран, чтобы у народов возникло негативное представление об отношениях между двумя странами.

Первая «помеха» реализуется с помощью некооперативной речевой стратегии и тактики умолчания. Вторая «помеха» осуществляется посредством речевой стратегии противоречия и тактики отрицания. Третья «помеха» реализуется посредством речевой стратегии на понижение и тактики непочтительности (см. приложение 1, таблица 1).

2. Тексты изданий, не находящиеся под иностранным влиянием², **на тему медицины** были разделены на две группы: 1) о совместной борьбе с коронавирусом и против попыток Китая и России политизировать коронавирус;

2) о сотрудничестве в разработке вакцины, создании мер борьбы с коронавирусом, развитии медицины и здравоохранения двух стран.

Медиатексты, которые включены в первую группу, направлены на то, чтобы показать аудитории солидарность Китая и России перед лицом трудностей, вызовов, споров и даже агрессии других стран в процессе борьбы с эпидемией. В данных текстах новостей применяются: 1) речевая стратегия «создание круга своих», тактика поддержки и тактика «создание образа героя»; 2) речевая стратегия «создание круга чужих» и тактика «дистанцирования».

Медиатексты, включенные во вторую группу, нацелены на то, чтобы представить информацию о том, как обе страны всегда настаивают на активном сотрудничестве в области медицины. Таким образом, в данных медиатекстах использованы: 3) речевая стратегия сотрудничества, тактика единения в действии.

В СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², используются: 1) некооперативная стратегия, тактика неясности и тактика замалчивания; 2) речевая стратегия дискредитации, тактика понижения образа. Установлено, что интенция гиперadresанта СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², заключается в демонстрации негативных отношений между Китаем и Россией, отсутствии помощи друг другу в области медицины и взаимного поражения. Кроме этого, представлены недостатки власти, понижения значимости сотрудничества Китая и России (см. приложение 1, таблица 2). Повторим, что здесь возникает парадокс, который состоит в том, что применяемые некооперативные стратегии со стороны гиперadresантов отвечают принципу кооперативности по отношению к гиперadresатам, ожидающим от изданий именно таких неположительных оценок властей или отношений между двумя странами. Именно посредством некооперативных речевых стратегий СМИ, находящиеся под иностранным влиянием¹², удовлетворяют запросы своей аудитории.

3. Анализ Текстов изданий, не находящихся под иностранным влиянием²,

об **экономике и бизнесе** показал, что основная интенция гиперадресанта при передаче информации состоит в том, чтобы раскрыть перспективы активного сотрудничества между Китаем и Россией по различным проектам, а также вызвать у гиперадресата одобрение решений властей и отношений между двумя странами. Гиперадресант представляет, что обе страны доверяют и поддерживают друг друга. Итак, применяются: 1) речевая стратегия одобрения и тактика похвалы; 2) речевая стратегия убеждения, тактика доказательства; 3) речевая стратегия презентации, тактика близости; 4) речевая стратегия на повышение, тактика анализ-«плюс».

Интенция гиперадресанта изданий, находящихся под иностранным влиянием¹², при сообщении о сотрудничестве Китая и России в области экономики и бизнеса, как правило, нацелена на выражение негативной оценки. Гиперадресант не ставит цель одобрить или пропагандировать сотрудничество и хорошие отношения между двумя странами, а пытается показать, что сотрудничество Китая и России строится лишь на основе современных государственных интересов, а не дружбы. Соответственно, употребляются: 1) речевая стратегия недоступности и тактика отрицания; 2) речевая стратегия сопоставления и тактика сравнения; 3) речевая стратегия неясности, тактика неопределенности и тактика замалчивания; 4) речевая стратегия на понижение, тактика обвинения (см. приложение 1, таблица 3).

Во время исследования был проведен количественный анализ. Мы проанализировали 379 медиатекстов, в частности, 89 текстов на тему «Культура» (65 — не находящихся под иностранным влиянием², 24 — находящихся под иностранным влиянием¹²), 75 текста на тему «Медицина» (60 — не находящихся под иностранным влиянием², 15 — находящихся под иностранным влиянием¹²), 215 текстов на тему «Экономика и бизнес» (182 — не находящихся под иностранным влиянием², 33 — находящихся под иностранным влиянием¹²). Исходя из этих данных, можно заключить, что информация о международной деятельности В. Путина и Си Цзиньпина сообщается в СМИ,

не находящихся под иностранным влиянием², больше, чем в СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹². Количество текстов преобладает в первом типе изданий. Причем из всех тем гиперадресанты предпочитают передавать информацию об экономике и бизнесе.

Выявление и изучение речевых стратегий позволило установить частоту их использования в данных СМИ. В изданиях, не находящихся под иностранным влиянием², самыми частотными речевыми стратегиями стали стратегия информирования и стратегия на повышение. В СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², преобладает стратегия дискредитации (см. приложение 2).

Таким образом, путем анализа отобранных медиатекстов мы подтвердили нашу гипотезу о том, что речевые стратегии, тесно связаны с интенцией, зависящей от идеологической позиции издания, учитывается и выделенная нами встречная интенция, то есть читательские ожидания. С точки зрения речевого воздействия в текстах изданий, не находящихся под иностранным влиянием², при освещении международной деятельности лидеров Китая и России, создается концепция созидания, дружбы и сотрудничества между Китаем и Россией, а в СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹² формируется концепция разрушения сотрудничества между Китаем и Россией.

На наш взгляд, результаты нашего исследования обогатят существующие классификации речевых стратегий, особенно в области медиалингвистики, а также помогут студентам, которые изучают русский язык как иностранный, распознать воздействие российских СМИ и языковые способы его реализации. С этой целью нами был создан русско-китайский словарь (см. приложение 3), который может быть использован в курсах по преподаванию русского языка как иностранного и будет полезен для работы с китайскими студентами гуманитарных специальностей. Кроме того, журналистам наша работа поможет расширить знания о речевых стратегиях и тактиках, а читателям — о декодировании информации, понимании интенции гиперадресанта.

К перспективам нашей работы мы относим создание электронного корпуса той части русского языка, которая используется в российских СМИ, включая создание концепции российско-китайского словаря и совершенствование его для китайцев, изучающих русский язык, и исследователей российских СМИ. Перспективным аспектом также представляется исследование речевых стратегий не только с точки зрения говорящего, но и с учетом реакции массовой аудитории, систематизирование речевых стратегий по конкретному аспекту и др.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Акаева Э. В.* Коммуникативные стратегии профессионального медицинского дискурса. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Омск, 2007. – 20 с.
2. *Акишина А. А.* Структура целого текста. – М.: Прогресс, 1979. – 88 с.
3. *Акопова Д. Р.* Стратегии и тактики политического дискурса // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского, 2013. – Т. 1, № 6. – С. 403–409.
4. *Антонова Н. А.* Стратегии и тактики педагогического дискурса // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2007. Вып.7. – С. 230–236.
5. *Арутюнова А. Ю.* Основные коммуникативные потенции, реализуемые в тексте // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. – Пятигорск, 2005. – № 3–4. – С. 59–64.
6. *Арутюнова Н. Д.* Фактор адресата // Известия АН СССР. – 1981. – Т. 40. – № 4 (Серия Литературы и языка). – С. 356–367.
7. *Арутюнова Н. Д., Падучева Е. В.* Истоки, проблемы и категории прагматики // Новое в зарубежной лингвистике: лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1985. – Вып. XVI. – С. 3–42.
8. *Астафьева И. А.* Играть словами: прецедентные тексты на страницах газеты «Коммерсантъ» // Гуманитарные исследования. – 2019. – № 4 (25). – С. 55–59.
9. *Бабенко Л. Г.* Филологический анализ текста. Основы теории, принципы и аспекты анализа. – М.; Екатеринбург, 2004. – 462 с.
10. *Баранов А. Н.* Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): Автореф. дис. ... докт. филол. наук. – М., 1990. – 48 с.
11. *Бахтин М. М.* Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – С. 237–280.

12. *Баяртуова Е. П.* Когнитивная структура оценочной ситуации и особенности ее репрезентации в современном английском языке. – Улан-Удэ: БГУ, 2005. – 107 с.

13. *Беневоленская Н. П., У Сяохун* Тема борьбы с коронавирусом в текстах российских СМИ (анализ речевого воздействия) // *Филология и культура. Philology and culture.* – 2021. – № 1 (63). – С. 7–15.

14. *Беневоленская Н. П., У Сяохун* Встречная интенция как необходимый фактор успешной коммуникации гиперадресант-адресат (на материалах издания «РИА Новости») // *Когнитивные исследования языка.* – 2022. – № 3 (50). – С.141-144.

15. *Беневоленская Н. П., Федотова Н. Л.* Речевые стратегии и тактики медицинского дискурса в языке современных российских СМИ // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия Лингвистика и педагогика.* – 2019. – № 1(30). – С. 21–27.

16. *Блакар Р. М.* Язык как инструмент социальной власти // *Язык и моделирование социального взаимодействия.* – М., 1987. – С. 88–125.

17. *Богданов В. В.* Классификация речевых актов // *Личностные аспекты языкового общения: сб. науч. тр.* – Калинин: Калинин. гос. ун-т, 1989. – С. 25–39.

18. *Борисова И. Н.* Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге // *Русская разговорная речь как явление городской культуры.* – Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 1996. – С. 21–48.

19. *Борисова И. Н.* Категория цели и аспекты текстового анализа // *Жанры речи: Сборник научных статей.* – Саратов, 1999. – С. 81–96.

20. *Бугаец А. А.* Оппозиционное издание: поиск роли и места в рамках политического процесса (на материале «Нашей газеты» 2002–2006 гг.) // *Вестник КемГУ.* – 2011. – №3 (47). – С. 112–115.

21. *Бут Н. А.* Категориальный аппарат теории речевых актов в аспекте актуальных теорий // *Вестник ТГТУ.* – 2003. – Том 9. – № 1. – С. 130–135.

22. *Валгина, Н. С.* Теория текста. – Москва, Логос. 2003. – 173 с.

23. *Вартанова Е. Л.* Теория медиа: отечественный дискурс. – М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. – 224 с.
24. *Вежбицкая А.* Речевые жанры // Жанры речи. – Саратов, 1997. – С. 99–111.
25. *Вежбицкая А.* Язык, культура, познание. – М.: Русские словари, 1996. – 416 с.
26. *Веретенкина Л. Ю.* Стратегия, тактика и приемы манипулирования // Лингвокультурологические проблемы толерантности. Тезисы докладов Международной научной конференции (Екатеринбург, 24–26 октября 2001г.). – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. – С. 177–179.
27. *Витгенштейн Л.* Философские исследования // Философские работы. – М.: Гнозис, 1994. – С. 75–319.
28. *Власян Г. Р.* Реализация стратегий позитивной вежливости в разговорном диалоге // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки. – 2015. – Вып. 98. №27 (382). – С. 50–54.
29. *Выготский Л. С.* Мышление и речь: психологические исследования. – Москва; Ленинград: Гос. учеб.-пед. изд-во, 1934. – 324 с.
30. *Гальперин И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования. – 5-е изд., стереотипное. – М.: КомКнига, 2007. – 144 с.
31. *Гельгардт Р. Р.* Рассуждения о диалогах и монологах: (К общей теории высказывания) // Сб. докл. и сообщ. лингвист, об-ва. Калинин, 1971. – Вып. 1. – С. 28–153.
32. *Гийом Г.* Принципы теоретической лингвистики / Общ. ред., послесл. и коммент. Л.М.Скрепиной. – М.: Прогресс, 1992. – 224 с.
33. *Глушкова Т. С., Горбунов Г. В.* Языковая репрезентация эмоционального состояния удивления в русском и английском языках // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2022. – №1 (34). – С. 70–76.
34. *Голод В. И., Шахнарович А. М.* Когнитивные и коммуникативные

аспекты текста как инструмента общения // Теория и модели знаний (теория и практика создания систем искусственного интеллекта). Труды по искусственному интеллекту. – Тарту, 1985. – С. 68–75.

35. *Горячев А. А.* Моделирование речевого воздействия в рекламной коммуникации: дис. ...канд. филол. наук. – СПб., 2010. – 296 с.

36. *Грайс Г. П.* Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1985. – С. 217–237.

37. *Григорьев В. П.* Грамматика идиостиля: В. Хлебников. – М.: Наука, 1983. – 225 с.

38. *Гришечко Е. Г.* Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия // Гуманитарные и социальные науки. – 2008. – № 4. – С. 53–59.

39. *Губик С. В.* Когнитивно-дискурсивное исследование английского экономического массмедийного дискурса (на материале журнала " The Economist "): автореф. дис. ... канд. филол. наук. ... – Уфа, 2006. – 26 с.

40. *Гумбольдт В. фон.* О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества (1830–1835) // Избранные труды по языкознанию. М.: Прогресс, 1984. С. 37–297.

41. *Даниленко В. П.* Ономазиологизм в концепции В. Гумбольдта // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2012. – № 2 (18). – С. 84–90.

42. *Дейк ван Т. А., Кинч В.* Стратегия понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. – М.: Прогресс, 1988. – С. 153–211.

43. *Дейк ван Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. – М., 1989. – 312 с.

44. *Дементьев В. В.* Изучение речевых жанров: Обзор работ в современной русистике // Вопр. языкозн. – 1997. – № 1. – С.109-121.

45. *Дементьев В. В.* Фатические и информативные коммуникативные замыслы и коммуникативные интенции: проблемы коммуникативной

компетенции и типология речевых жанров // *Жанры речи*. – Саратов, 1997. – С. 34–43.

46. *Демьянков В. З.* «Теория речевых актов» в контексте современной лингвистической литературы: (Обзор направлений) // *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып.17. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С.223-235.

47. *Демьянков В. З.* Конвенции, правила и стратегии общения (интерпретирующий подход к аргументации) // *Известия АН СССР. Сер. лит. и яз.* – 1982. – Т.41. № 4. – С.327-337.

48. *Дзялошинский И. М., Пильгун М. А.* Медиатекст: особенности создания и функционирования. – М.: НИУ-ВШЭ, 2011. – 377 с.

49. *Добросклонская Т. Г.* Медиатекст: теория и методы изучения // *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. – 2005. – № 2. – С. 28–34.

50. *Добросклонская Т. Г.* Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. – 2006. № 2. – С. 20–33.

51. *Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. – М.: Наука, 2008. – 264 с.

52. *Добросклонская Т. Г.* Медиатекст как единица дискурса средств массовой информации // *Актуальные процессы в различных типах дискурсов: политический, медийный, рекламный дискурсы и интернет-коммуникация: материалы международной конференции*. М.: Ярославль, 2009. С. 137—143.

53. *Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: теория, методы, направления. – [б. м.]: [б. и.], 2020. –180 с.

54. *Дускаева Л. Р.* Диалогическая природа газетных речевых жанров. Под ред. М. Н. Кожинной. – СПб.: Изд. 2-е, доп., испр. – СПбГУ: Филол. факультет, 2012. –274 с.

55. *Ерохина Е. Г.* К содержанию понятия «речевая стратегия» в исследовании письменного дискурса // *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. – 2014. – №2 (27). – С. 277–281.

56. *Ехлакова, Н. Ф., Иссерс О. С.* Тактика отстройки от конкурентов в политическом дискурсе президента РФ В. В. Путина // Политическая лингвистика. – 2022. – № 6 (96). – С. 22–30.

57. *Жилавская И. В.* Классификация медиа. проблемы, понятия, критерии // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. – 2016. – № 4. Т. 2. – С. 169–175.

58. *Засурский Я. Н.* Медiateкст в контексте конвергенции // Вестник Московского ун-та. Серия 10: Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 3–6.

59. *Заюкова Е. В.* Семантика и прагматика интенциональности в языковой актуализации: на материале английского языка: Дис. ... кандидата филол. – Барнаул, 2005. – 193 с.

60. *Звегинцев В. А.* Предложение и его отношение к языку и речи. – М., 1976. – 307 с.

61. *Звегинцев В. А.* Язык и лингвистическая теория. – М.: Эдиториал URSS, 2001. – 248 с.

62. *Золотова Г. А.* Коммуникативные аспекты русского синтаксиса. – М.: Наука, 1982. – 368 с.

63. *Зубинова А. Ш.* Понятия идиостиля и идиолекта // Общие и частные вопросы языкознания. Сборник научных статей по материалам VIII Международной научно-практической конференции. Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я. Яковлева / Отв. ред.: Н. В. Кормилина, Н. Ю. Шугаева. – Чебоксары, 2016. – С. 10–13.

64. *Иссерс О. С.* «Паша-Мерседес», или Речевая стратегия дискредитации // Вестник Омского университета. – 1997. – № 2. – С. 51–54.

65. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – Омск, 1999. – 284 с.

66. *Казак М. Ю.* Медiateкст: сущностные и типологические свойства // Global Media Journal. Глобальный медиажурнал. Российское издание. –URL: http://test.gmj.sfedu.ru/v2i1/v2i1_kazak.htm, свободный (дата обращения:

7.07.2011).

67. *Каминская Т. Л.* Образ адресата в текстах массовой коммуникации: семантико-прагматическое исследование: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – СПб., 2009. – 46 с.

68. *Каразия Н. А.* Методика прагмалингвистического исследования: основные подходы и категории // Вестник КРАУНЦ. – 2006. – № 1. – С. 1–27.

69. *Караулов Ю. Н., Петров В. В.* От грамматики текста к когнитивной теории дискурса // Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – С. 5–11.

70. *Кибрик А. Е.* Лингвистические предпосылки моделирования языковой деятельности // Моделирование языковой деятельности в интеллектуальных системах. – М., 1987. – С.33-52.

71. *Киселева С. В.* Языковая система и речевая деятельность // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2007. – № 34. – С. 43–51.

72. *Климченко С. Г.* Определение понятия и содержания дискурсивного анализа // Лингвистика, лингводидактика, лингвокультурология: актуальные вопросы и перспективы развития: материалы III Международной научно-практической конференции. – Минск: Белорусский государственный университет, 2019. – 340–343.

73. *Клюев Е. В.* Речевая коммуникация: Успешность речевого взаимодействия. – М.: рипол классик, 2002. – 320 с.

74. *Кобозева И. М.* «Теория речевых актов» как один из вариантов теории речевой деятельности // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 7–21.

75. *Кобозева И. М.* Лингво-прагматический аспект анализа языка СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М., 2003. – С. 100–115.

76. *Колесова Д. В.* Интенция как базовая категория текстовой деятельности // Мир русского слова. – 2009. – № 3. – С. 28–31.

77. *Коньков В. И.* Речевая структура газетного текста. – Спб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 1995. – 160 с.

78. *Копнина Г. А.* Речевое манипулирование: учеб. Пособие. -4-е изд., испр. – М.: ФЛИНТА, 2012. – 170 с.

79. *Косериу Э.* Синхрония, диахрония и история (проблема языкового изменения) // Новое в лингвистике. Вып. 3. – М., 1963. – С. 123–343.

80. *Косериу Э.* Современное положение в лингвистике / Э. Косериу // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – 1977. – Т. 36. – № 6. – С. 514–521.

81. *Костомаров В. Г.* Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1971. – 267 с.

82. *Костомаров В. Г.* Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.

83. *Кронгауз М. А.* Семантика. – М.: Изд-во РГГУ, 2001. – 398 с.

84. *Кубрякова Е. С., Александрова О. В.* Виды пространства, текста и дискурса // Категоризация мира: пространство и время: материалы научной конференции. – М.: Диалог-МГУ, 1997. – С. 19–20.

85. *Кузнецов А. А.* Медиа: определения, функции и основные этапы // Молодой ученый. – 2020. – № 18 (308). – С. 539–542.

86. *Лайонз Дж.* Лингвистическая семантика: Введение / Пер. с англ. В. В. Морозова и И. Б. Шатуновского; под общ. ред. И.Б. Шатуновского. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – 400 с.

87. *Лакофф Дж.* Лингвистические гештальты // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. X. Лингвистическая семантика. – М.: Прогресс, 1981. – С. 350–368.

88. *Левин К.* Теория поля в социальных науках / пер. Е. Сурпина. – СПб.: Речь, 2000. – 364 с.

89. *Леонтьев А. А.* Психолингвистические единицы и порождение речевого

высказывания. – М.: Наука, 1969. – 308 с.

90. *Лисицкая Л. Г.* Стратегии общения в современных текстах масс-медиа // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2009. – №4. – С. 49–53.

91. *Лотман Ю. М.* Семиосфера. – СПб.: Искусство-СПБ, 2000. – 704 с.

92. *Макаров М. Л.* Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.

93. *Маклюэн Г. М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева. – М.; «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464с.

94. *Матвеева Г. Г.* Актуализация прагматического аспекта научного текста / Г. Г. Матвеева. – Ростов: Издательство Ростовского университета, 1984. – 132 с.

95. *Михайловна Б. А.* Речевая стратегия самопрезентации в немецкоязычном имиджевом интернет-дискурсе: автореф. дис. ... канд. филолог. Наук. – Сев. (Арктический) федер. ун-т. – Архангельск, 2018. – 22 с.

96. *Михалева О. Л.* Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Либроком, 2009. – 256 с.

97. *Могилевская О. А.* Коммуникативные стратегии «создание круга своих», «создание круга чужих»: сопоставительный аспект (на материале СМИ США и России) // *Lingua mobilis*. – Челябинск, 2009. – №2(16). – С. 155—168.

98. *Моль А.* Социодинамика культуры. – М.: КомКнига, 2005. – С. 45.

99. *Навасартян, Л. Г.* Использование в СМИ коммуникативной категории «свой-чужой» в манипулятивных целях // Филологические этюды: сб. науч. ст. молодых ученых. Вып. 19. Ч. I–III. Саратов, 2016. С. 268–272.

100. *Навасартян Л. Г.* Языковые средства и речевые приемы манипуляции информацией в СМИ (на материале российских газет): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Саратов, 2017. – 172 с.

101. *Олешков М. Ю.* Системное моделирование институционального дискурса: на материале устных дидактических текстов: автореферат дис. ... доктора филологических наук. – Нижний Тагил, 2007. – 42 с.

102. *Остин Дж.* Слово как действие / пер. с англ. яз. А. А. Медниковой // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986. – С. 22–131.

103. *Паршина О. Н.* Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: Дис. ...док. фил. наук: 10.02.01 – Саратов, 2015. – 332 с.

104. *Почепцов О. Г.* Основы прагматического описания предложения. – Киев: Вища школа, 1986. – 116 с.

105. *Потебня А. А.* Из записок по русской грамматике: в Т. IV: Глагол. Местоимение. Числительное. Предлог. – М.; Л., 1941. – 320 с.

106. *Приходовская Е. А.* К вопросу о критериях жанровой классификации опер // Вестник Томского государственного университета. – 2014. – № 385. – С. 74–78.

107. *Радбиль Т. Б., Юматов В. А.* Возможности и перспективы применения теории речевых актов в лингвистической экспертизе // Вестник Нижегородского гос. ун-та им. Н. Н. Лобачевского. 2013 № 1 (1). С. 286–290.

108. *Радюк А. В.* Функционально-прагматические свойства кооперативных речевых стратегий и тактик в английском деловом дискурсе: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.04. – Москва, 2013. – 226 с.

109. *Реформатский А. А.* Введение в языковедение / Под ред. В. А. Виноградова. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 536 с.

110. *Рогозина И. В.* Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: Дис. ... канд. филол. Наук. – Барнаул, 2003. – 289 с.

111. *Романов А. А.* Системный анализ регулятивных средств диалогического общения. – М., 1988. – 181 с.

112. *Романова Т. В.* Когнитивный анализ текста: работа над методологическими ошибками // Когнитивные исследования языка. Когнитивная лингвистика: итоги, перспективы: материалы Всероссийской

научной конференции 11–12 апреля 2013 г. Вып. XIV. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2013. – С. 493–496.

113. *Рождественский Ю. В.* Теория риторики. 4-е изд., испр.– М.: Флинта; Наука, 2006. – 512 с.

114. *Руженцева Н. Б.* Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе: монография / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2004. – 294 с.

115. *Самарина И. В.* Коммуникативные стратегии "создание круга чужих" и "создание круга своих" в политической коммуникации: прагмалингвистический аспект: автореф. дис. ... кандидата филологических наук. – Ростов-на-Дону, 2006. – 158с.

116. *Серль Дж. Р.* Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Теория речевых актов. – М., 1986а. – С. 170—194.

117. *Серль Дж. Р.* Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 1986б. – С. 151–169.

118. *Сиротининой О. Б., Кормилицыной М. А.* Эффективность коммуникации: понятие, роль адресанта и адресата, основные приёмы её достижения / под ред. Сиротининой О. Б. и Кормилицыной М. А. – Саратов: Наука, 2019. – 236 с.

119. *Смирницкий А. И.* Объективность существования языка. – М., 1954. – 34 с.

120. *Соколов, А. Н.* Внутренняя речь и мышление: Автореферат дис. На соискание ученой степени доктора педагогических наук (по психологии) / АПН СССР. Науч. -исслед. ин-т психологии. – Москва, 1967. – 36 с.

121. *Солганик Г. Я.* К определению понятий «текст» и «медиа́текст» // Вестник Московского ун-та. Серия 10: «Журналистика». – 2005. – № 2. – С. 7–15.

122. *Солганик Г. Я.* Синтаксическая стилистика. – М.: КомКнига, 2006. – 232 с.

123. *Соссюр Ф. де.* Курс общей лингвистики / пер. с фр. А. М. Сухотина. – М.: Логос, 1998. – 296 с.

124. *Соссюр Ф. де.* Общий курс лингвистики / ред. Ш. Балли и А. Сеше; пер. с франц. А. Сухотина. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1999. – 432 с.

125. *Соссюр Ф. де.* Труды по языкознанию. / пер. с французского языка по ред. А. А. Холодовича. – М.: Прогресс, 1977. – 695 с.

126. *Стернин И. А.* Введение в речевое воздействие. – Воронеж, 2001. – 252 с.

127. *Строева И. С.* Прагматические и когнитивные особенности текстов английской и русской классифицированной рекламы: сравнительно-сопоставительный анализ: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.20. – Пятигорск, 2008. – 202 с.

128. *Сусов И. П.* Семантика и прагматика предложения. – Калинин: КГУ, 1980. – 148 с.

129. *Стросон П. Ф.* Намерение и конвенция в речевых актах // Новое в зарубежной лингвистике: сборник / пер. с англ. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17: Теория речевых актов. – С. 131–150.

130. *Сухих С. А., Зеленская В. В.* Прагмалингвистическое моделирование коммуникативного процесса. – Краснодар, 1998. – 160 с.

131. *Уотсон Д. Б.* Психология как наука о поведении / Пер. со 2-го англ. изд. В. М. Боровского. – Москва; Ленинград: Гос. изд-во, 1926. – 384 с.

132. *У Сяохун* Медиатексты российских оппозиционных СМИ как «помехи» в межкультурной коммуникации России и Китая // Когнитивная лингвистика и межкультурная коммуникация. Серия Когнитивные исследования языка. – 2022а. – № 2 (49). – С. 602–608.

133. *У Сяохун* Речевые стратегии и тактики в текстах в российских СМИ, отражающих сотрудничество Китая и России в борьбе с коронавирусом // Когнитивные исследования языка. – 2021а. – № 3 (46). – С. 743–747.

134. *У Сяохун* Речевые стратегии и тактики речевых актов-директивов в

медиатекстах, освещающих кампанию по вакцинации от коронавируса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021б. – Т. 14. № 7. – С. 2089–2092.

135. У Сяохун Речевые стратегии и языковые средства реализации интенции гиперадресанта новостных текстов, освещающих международную деятельность В. Путина и Си Цзиньпина // Известия ВГПУ. Филологические науки. – 2022б. – № 2 (165). – С. 239–244.

136. У Сяохун, Навасартян Л. Г. Речевые стратегии и тактики достижения эффективности массовой коммуникации (на примере текстов «РИА Новости») // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2021 №4. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/59FLSK421.pdf>.

137. Фаткуллина Ф. Г., Хабиров Р. Р. Медиатекст в современном коммуникативном пространстве // Современные проблемы науки и образования (Электронный научный журнал). – 2015. – № 1. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=18258> (дата обращения: 03.04.2015).

138. Федорова Л. Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения // Вопросы языкознания. – 1991. – № 6. – С. 46–50.

139. Филатов В. П., Куренной В. А., Молчанов В. И. Обсуждаем статью «интенциональность» // Эпистемология и философия науки. – 2006. – №4 (10). – С. 142–153.

140. Формановская Н. И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. Ин-т русского яз. им. А. С. Пушкина. – М., 1998. – 292 с.

141. Формановская Н. И. Размышления о единицах общения / Формановская Н.И. // Русский язык за рубежом. – 2000. – № 1. – С. 56–63.

142. Хаймс Д. Х. Этнография речи // Новое в лингвистике. вып. VII. Социолингвистика / Отв. ред. Н. С. Чемоданов. – М.: Прогресс, 1975. – С. 42–95.

143. Чернышова Т. В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России. – М.: ЛКИ, 2007. – 296 с.

144. Чернявская В. Е. От анализа текста к анализу дискурса // Текст и

дискурс: традиционный и когнитивнофункциональный аспекты исследования. – Рязань, 2002. – С. 230–232.

145. *Шарков Ф. И.* Коммуникология. Социология массовой коммуникации. – М.: Дашков и К. – 2013. – 319 с.

146. *Шахнарович А. М.* Лингвистический эксперимент как метод лингвистического и психолингвистического исследования // Основы теории речевой деятельности. – М.: Наука, 1974. – С. 129–134.

147. *Шерозия А. Е.* Бессознательное: природа, функции, методы исследования. – Тбилиси: Тбилисский госуниверситет, 1978. – Т. 1. – 788 с.

148. *Щерба Л. В.* О тройном аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании // Языковая система и речевая деятельность. – Л., 1974. – С. 24–39.

149. *Щербовский Т.* Контекст и значение в этнографической теории языка Бронислава Малиновского. // Textus: Этика и социология текста, 2004. – № 10. – С. 398–401.

150. *Шмелева Т. В.* Модель речевого жанра // Жанры речи. – Саратов: Изд-во Гос. УНЦ «Колледж», 1997. – С.88-99.

151. *Эко Умберто* Шесть прогулок в литературных лесах. – М., 2003. – 288 с.

152. *Эко Умберто* Роль читателя. Исследования по семиотике текста / пер. С. Серебряного. – М.: Издательство АСТ: CORPUS, 2016. – 640 с.

153. *Якобсон Р.* Лингвистика и поэтика // Структурализм: “за” и “против”. – М., 1975. – С. 193–230.

154. *Якубинский Л. П.* О диалогической речи // Избранные работы: Язык и его функционирование. – М.: Наука, 1986. – С. 17–58.

155. *Янко. Т. Е.* Коммуникативные стратегии русской речи. – М.: Языки славян. культуры, 2001. – 382 с.

156. *Янькова Н. А., Кит А. П.* Умберто Эко – семиотик 20 века // INTERNATIONAL SCIENTIFIC REVIEW, 2017. – № 6 (37). – С. 50-52.

157. *Austin, J. L.* How to do things with words. Chicago: Oxford. 1962.–430 p.

158. *Bach, K., Harnish, R. M.* How performatives really work: a reply to Searle //

Linguistics and Philosophy, 1992. – Pp. 93-110.

159. *Bach, K.* Speech Acts and Pragmatics // Blackwell Guide to the Philosophy of Language. 2003. – Pp. 147–167.

160. *Bar-Hillel G.* Indexical expressions // «Mind», 1954. v. 63. – Pp. 359-376.

161. *Bass, Abraham Z.* Refining the 'Gatekeeper' Concept: a UN Radio Case Study. Journalism Quarterly, 1969, Vol.46, I. 1.Pp. 69–72.

162. *Bell, Alan.* Language Style as Audience Design. Language in Society. Vol.13, No.2 (Jun.1984). –Cambridge University Press, 1984. – Pp. 145-204.

163. *Carnap R.* Introduction to Semantics // Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1942. – 263 p.

164. *Dijk, T. A. van.* Studies in the pragmatics of discourse. The Hague, Mouton, 1981, – 326 p.

165. *Dijk, T. A. van., & Kintsch, W.* Strategies of Discourse Comprehension. New York: Academic Press. 1983. — 423 p.

166. *Dressler W.* Einführung in die Textlinguistik. - Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft.13. Tübingen,2., durchges. Aufl.,1973. –136 p.

167. *Eco, U.* The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics of Texts. Bloomington, IN: University of Indiana Press, 1979. – 273 p.

168. *Eco, U.* Six Walks in the Fictional Woods. Harvard University Press, 1994. – 153 p.

169. *Ervin-Trip, S.* Is Sybil there? The structure of some American English directives // Language and Society, 1976. № 5. – Pp. 25–66

170. *Fowler, R.* Language in the news: discourse and ideology in the press. London; New York: Routledge. –254 p.

171. *Franck, D.* Seven sins of pragmatics: theses about speech act theory, conversational analysis, linguistics and rhetoric. –In: «Possibilities and limitations of pragmatics», Amsterdam, John Benjamins B. V., 1981, –Pp. 225-236.

172. *Grice, H. P.* Meaning // Philosophical Review. 1957. Vol. 66. –Pp. 377–388.

173. *Grice, H. P.* Logic and Conversation // Syntax and semantics 3: Speech arts,

ed. by Peter Cole and Jerry L. Morgan. – New York: Academic Press, 1975. – Pp. 41–58.

174. *Habermas, J.* Universalpragmatische Hinweise auf das System der IchAbgrenzungen. –In: J. Habermas. Zur Entwicklung der Interaktionskompetenz: (Institutsinterne Arbeitsvorlage). Starnberg, 1974.–332 p.

175. *Hartmann P.* Text, Texte, Klassen von Texten. *Bogawus* 2, 1964. – Pp. 15–25.

176. *Harweg R.* Die textologische Rolle der Betonung. Beiträge zur Textlinguistik. München, 1971. – Pp. 123-159.

177. *Haslett, B.* Communication: Strategic action in context. - Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1987. – 287 p.

178. *Hausenblas K.* On the Characterisation and Classification of Discourses. *Travaux linguistiques de Prague* 1. 1964. – Pp. 67–83.

179. *Herbert, H. Clark, Thomas, B. Carlson.* Hearers and speech acts. – «Language», 1982, vol. 58, № 2. – Pp. 332-371.

180. *Hymes, Dell H.* The Ethnography of Speaking. –In «Readings in the Sociology of Language», J. A. Fishman (ed.), The Hague – Paris, 1968.– Pp. 99-138

181. *Isenberg, H.* Einige Grundbegriffe für eine linguistische Texttheorie. – In: «Probleme der Textgrammatik», Berlin, 1976. – 77 p.

182. *Jakobson, R.* Linguistics and Poetics. – T.A. Sebeok (ed.), *Style in language*. – Cambridge, Massachusetts, 1960. – Pp. 350-377.

183. *Jayez, J.* Regles et conventions dans les actes de langage // *Théorie des Actes de langage, Ethique et Droit*. – Paris, 1986. – Pp. 37–51.

184. *Jensen, K. B.* Media // *The International Encyclopedia of communication*. Malden (USA), Oxford (UK), Carlton (Australia), 2008. – Pp. 2811–2817.

185. *Jensen, K. B.* Media // *The International Encyclopedia of communication*. – Malden (USA), Oxford (UK), Carlton (Australia), 2008. – Pp. 2811–2817.

186. *John Cage* An Autobiographical Statement. [Electronic resource]. URL: http://johncage.org/autobiographical_statement.html.

187. *Kerbrat-Orecchioni C.* Les actes de langage dans le discours. Théorie et fonctionnement. - Paris: Armand Colin, 2010. – Pp. 200.

188. *Lakoff, G.* Linguistic gestalts /Papers from the 13th Regional Meeting Chicago Linguistic Society. – Chicago, 1977. – Pp. 236-287

189. *Lang, E., Steinitz, R.* Konnen Satzadverbiale performativ gebraucht werden? –In: «Kontexte der Grammatiktheorie», Berlin, Akademie-Verlag, 1978.–78 p.

190. *Langacker R. W.* Foundations of Cognitive Grammar. Vol.2: Descriptive Application. Stanford, Cal.: Stanford University Press, 1991. – 608 p.

191. *Leech, G. N.* Principles of Pragmatics. –London, New York: Longman, 1983.– 250 p.

192. *Lewinski, M.* Argumentative discussion: The rationality of what? // Topoi: An international review of philosophy. – Lisbon: Springer. – 2015. – №36. – Pp. 1–14.

193. *Lewin K.* Field Theory in Social Science. The University of Chicago Press. – Chicago and London, 1951. – 240 p.

194. *Lyons, J.* Semantics. Vol. 2. Cambridge etc. Cambridge University Press, 1977.– 897 p.

195. *Lyons, J.* Language, meaning and context – London: Fontana paperbacks, 1981. – 256 p.

196. *Malinowski, B.* The Problem of Meaning in Primitive Languages // The Meaning of Meaning / [C. K. Ogden & I. A. Richards (Eds.)]. – London: Routledge & Kegan Paul, 1923. – Pp. 146-152.

197. *Marmaridou, S.* Pragmatic Meaning and Cognition. – John Benjamins Publishing Company, 2000. – 278 p.

198. *McLuhan, H. M.* Understanding Media: The Extensions Of Man. 1st Ed.: McGraw Hill. – New York: New American Library, 1964. – 324 p.

199. *McNelly, J.* Intermediary Communicators in the International Flow of News. Journalism & Mass Communication Quarterly. 1959. Vol. 36, I. 1. Pp.23- 26.

200. *McQuail, D.* Mass Communication Theory. – 6th ed. – London: Sage, 2010.

– 632 p.

201. *McQuail, D.* Journalism and Society. – London: SAGE Publications Ltd, 2013. – 256 p.

202. *Metzler, G.* *Lexikon Sprache Text.* – Berlin, 1993. – 278 p.

203. *Mey, J. L.* Pragmatics. An Introduction. – USA, UK: Blackwell Publishers, 2001, 2 nd ed. –500 p.

204. *Morley, D. D.* Subjective message constructs: a theory of persuasion // Communication Monographs vol. 54. –Abingdon-on-Thames: Routledge 1987. – Pp.183-203.

205. *Morris, C. W.* Foundations of theory of signs. – Chicago: Univ. Of Chicago press, 1938. – 59 p. – (International encyclopedia of unified science; Vol. 1, N 2).

206. *Neale S. H.P. Grice (1913–1988) A Companion to Analytic Philosophy / Ed. By A.P. Martinich, D. Sosa.* Oxford: Blackwell, 2005. –Pp. 254–273.

207. *Pavilionis R. J.* On Meaning and Understanding. –«Acta Philosophica Fennica», 1985, vol. 38.

208. *Peirce, Ch. S.* Collected Papers of Charles Sanders Peirce. – Harvard University Press, vol. 1 – 6, 1931- 1935; vol. 7 – 8, 1958.

209. *Sadock. J. M.* Toward a linguistic theory of speech acts. – N.Y.: Acad. Press, 1974. – 353 p.

210. *Schmidt S. O.* Text als Forschungsobjekt der Texttheorie. – Der Deutschunterricht 24, Heft 4: "Linguistik II", – Pp. 7-28.

211. *Searle, J. R., Vanderveken, D.* Foundations of Illocutionary Logic. – Cambridge: Cambridge University Press, 1985. – 227 p.

212. *Searle, J. R.* What is a speech act? / Philosophy in America / Ed. By Max Black, London: Allen and Unwin, 1965. – Pp. 221–239.

213. *Sperber, D., Wilson, D.* Relevance: communication and cognition. – Oxford: Basil Blackwell.1986.– 279 p.

214. *Strawson, P. F.* Intention and convention in speech acts. –«The Philosophical Review», 1964. –vol. LXXIII, № 4. – Pp. 439–460.

215. *Svenbro J.* Phrasikleia. Anthropologie de la lecture en Grece ancienne. P. – 1988. – Pp. 147–149.
216. *Thompson, J. B.* The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. – Cambridge, U.K.: Polity Press, 1995. – 314 p.
217. *Tsohatzidis, S. L.* (ed.) Meanings and prototypes: Studies in Linguistic Categorization. – Routledge, 1990. – Pp. 195-210.
218. *Verschueren J.* Reflections on presupposition failure: A contribution to an integrated theory of pragmatics. – «Journal of Pragmatics», 1978, 2. –Pp. 107–151.
219. *Wierzbicka, A.* English speech act verbs: a semantic dictionary. – Sydney: academic press, 1987. – 487 p.
220. *Wright R.* The Voiceless Ones. In: Saturday Review. 43. April 16, 1960. –Pp. 21–22.
221. *Wunderlich, D.* Studien zur Sprechakttheorie.–Frankfurt / M.: Suhrkamp, 1976.– 416 p.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ И ДРУГИХ РЕСУРСОВ

1. *Арутюнова Н. Д.* Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136–137.
2. *Арутюнова Н. Д.* Речевой акт // Большой Энциклопедический Словарь «Языкознание» / Под ред. В. Н. Ярцевой. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.
3. *Ахманова О. С.* Словарь лингвистических терминов. - М.: «Советская энциклопедия», 1966. – 608 с.
4. *Березин Ф. М., Головин Б. Н.* Общее языкознание: Учеб. пособие для студентов иез. ин-тов по спец. ом 2101 «Рус. яз. и лит.». – М. Просвещение, 1979. – 416 с.
5. Большая актуальная политическая энциклопедия / под общ. ред. А. Белякова и О. Матвейчева. — М.: Эксмо, 2009. – 412 с.
6. Большой толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова. – СПб.: Норинт, 2000. –1536 с.
7. Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов; РАН, Ин-т лингвист. исслед. – СПб.: Норинт, 1998. – 1535 с.
8. *Глухов В. П.* Основы психолингвистики: учеб. пособие для студентов педвузов. – М.: АСТ: Астрель, 2005. – 351 с.
9. *Голуб И. Б.* Русский язык и культура речи: Учебное пособие. – М.: Логос, 2002. – 432 с.
10. *Ермакова Л. В.* Дискурсивный анализ: Учебное пособие. – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2014. – 80 с.
11. *Землянова Л. М.* Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов. – М.: Изд-во Моск. гос. Ун-та, 2004. – 416 с.
12. *Иссерс О. С.* Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» – М.: Флинта:

Наука, 2009. – 224 с.

13. *Кашкин В. Б.* Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие. – 6-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2016. – 224 с.

14. *Колокольникова М. Ю.* Дискурсивный анализ как метод исследования лексических единиц: Учебно-методическое пособие. – Саратов, 2012. – 19 с. [Электронный ресурс] – URL: http://elibrary.sgu.ru/uch_lit/674.pdf (дата обращения: 05.02.18).

15. *Кормилицына М. А., Сиротинина О. Б.* Язык СМИ [Электронный ресурс]: учебное пособие. – 3-е изд., стер. – Москва: Флинта, 2015. – 92 с.

16. *Краснов В. Г., Дайнес В. О.* Русский военно-исторический словарь. – М.: Олма-Пресс, 2002. – 725 с.

17. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина; под общ. ред. Е. С. Кубряковой. – М.: Филол. фак. Мгу, 1996. – 245 с.

18. *Кузьмина Н. А.* Современный медиатекст: учеб. Пособие // Под ред. Н. А. Кузьмина. – Изд. 2-е, испр. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. – 416 с.

19. *Леонтович О. А.* Введение в межкультурную коммуникацию: учебное пособие. М.: Гнозис, 2007. 368 с.

20. *Леонтьев А. А.* Основы психолингвистики: Учебник для сту. Высш. Учеб. Заведений. – 4-е изд., испр. – М.: Смысл; Издательский центр “Академия”, 1999. – 288 с.

21. *Леонтьев А. А.* Психология воздействия в массовой коммуникации //Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов/подред. М. Н. Володиной. – М.: Академический проект: Альма Матер, 2008. – С. 132–145.

22. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. –М.: Сов. энциклопедия, 1990. –683 с.

23. *Маккуэйл Д.* Журналистика и общество: учебник для журналистов / Пер. с англ. – М.: МедиаМир; Ф-т жур-ки МГУ, 2013. – 353 с.

24. *Матвеева Т. В.* Полный словарь лингвистических терминов. – Ростовн/Д.:

Феникс, – 2010. – 562 с.

25. *Матвеева Т. В.* Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. – М.: Флинта; Наука, 2003. – 432 с.

26. *Михальская А. К.* Основы риторики. Мысль и слово: учеб. пособие для учащихся 10–11 кл. общеобразоват. учреждений. – М.: Просвещение, 1996. – 416 с.

27. *Мокиенко В. М., Никитина Т. Г.* Чёрный список. // Большой словарь русских поговорок. – М.: Олма Медиа Групп, 2007. – С. 637.

28. О средствах массовой информации: закон РФ от от 27.12.1991 N 2124–1 (ред. от 30.12.2020). – URL: [http:// www.consultant.ru/ document/ cons_doc_LAW_1511/f977773d5130bdc4b8aa5c541d1fa7ca381b18f4/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/f977773d5130bdc4b8aa5c541d1fa7ca381b18f4/) (дата обращения: 10.04.2021).

29. Понимаем друг друга лучше Интерес к русскому языку в Китае и китайскому – в России вырос в разы // Официальный сайт Русской газеты // <https://rg.ru/2021/02/11/interes-k-russkomu-iazyku-v-kitae-i-kitajskomu-v-rossii-vyros-v-razy.html> (2021) [Электронный ресурс] (дата обращения – 11.02.2021).

30. Реклама и полиграфия: опыт словаря-справочника / Стефан Стефанов. – М.: Гелла-принт, 2004 (Твер. полигр. комб. дет. лит.). - 318 с.

31. *Салимовский В. А.* Речевой акт // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. – М.: Флинта: Наука, 2011. – С. 352.

32. Словарь новых слов русского языка (середина 50-х – середина 80-х) / Под ред. Н. З. Котеловой. – СПб.: Институт лингвистических исследований Российской академии наук, 1995. – 880 с.

33. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений / Под ред. Н. Абрамова. – 7-е издание. – М.: Русские словари, 1999. – 530 с.

34. Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / РАН. Институт русского языка им. В. В. Виноградова, Отв. ред. Н. Ю. Шведова. – М., 2011: Издательский центр «Азбуковник». –1175 с.

35. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. Ожегов С. И. и Шведова Н. Ю. – 4-е изд., дополненное. – М.: ООО «А ТЕМП», 2006. – 944 с.
36. Толковый словарь современного русского языка, Д. Н. Ушаков – М.: “Аделант”, 2014.–800с.
37. Толковый словарь русского языка, Д. В. Дмитриев (ред.) – М.: Астрель: АСТ, 2003. – 1578 с.
38. *Филатова О. Г.* Социология массовой коммуникации: учеб. пособие. – М.: Гардарики, 2006. – 303 с.
39. Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. – М.: Гардарики, 2004. – 1072 с.
40. Философская энциклопедия [Электронный ресурс] – URL: http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_philosophy/ (Дата обращения 05.11.2016).
41. Философский энциклопедический словарь. /гл. ред. Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев и др. –М.: Советская энциклопедия, 1983. –840 с.
42. *Чернявская В. Е.* Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учебное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 136 с.
43. *Шатинская Е.* Массмедиа / Лексикон нонклассики. Художественно-эстетическая культура XX века. / Под ред. В. В. Бычкова. – М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2003. – 607 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Таблица 1. Речевые стратегии и способы их реализации в медиатекстах на тему «Культура»

Тема «Культура»			
Направленность российских СМИ	Речевая стратегия	Речевая тактика	Способы и языковые средства их реализации (основные)
Не находящиеся под иностранным влиянием СМИ ²	Стратегия самопрезентации	Тактика «обозначить своих»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Имена существительные со значением социальной, партийной солидарности (<i>коллеги, партнеры, друзья</i> и др.). 2. Местоимения первого лица со значением группы лиц (<i>мы, наши</i>). 3. Языковые единицы с семантикой совместности (<i>совместный, вместе</i> и др.) и объединённости (<i>единый, общий</i> и др.). 4. Эмоционально-оценочная лексика — слова и словосочетания с положительной оценкой одобрения и восхваления (<i>лучший, важный, впечатляющие успехи</i> и т. д.)
	Стратегия персуазивности	Тактика аргументации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Лексика, указывающая на важность события в контексте высказывания: наречия (<i>чаще всего, обычно</i>), прилагательные (<i>специальный</i>), неопределенно-количественные числительные (<i>несколько раз</i>), сочетания с глаголами со значением повторения действия <i>не раз вспоминал, вновь вспомнил, еще раз напомнил</i> и т. д. 2. Лексика со значением необычности, единственности (<i>особенный, единственный</i> и др.) 3. Цитирование прямой речи президента России, в которой подчеркивается дружба между странами.
	Стратегия на повышение	Тактика «акцентирован ия положительно й информации»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Лексика с положительной оценкой (<i>торжественный, особенно приятно, искренний</i> и др.) 2. Словосочетания с семантикой уважения и внимания к человеку или предмету (<i>лучший друг, большая честь, ведущий вуз</i> и др.) 3. Выделение информации, которая передает уважение и внимание к лидеру страны
	Стратегия информирования	Тактика разъяснения	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дополнение информации об исторических событиях (<i>Великая Отечественная война, Вторая мировая война</i> и др.). 2. Использование количественных числительных (<i>152 танка, 24,2 тысячи чел., 90%</i> и т. д.) 3. Лексемы, которые могут выразить особенности предмета: <i>самый, отличительный, замечательный</i> и др.

Продолжение таблицы 1

Находящиеся под иностранным влиянием СМИ ¹²	Некооперативная стратегия	Тактика умолчания	<ol style="list-style-type: none"> 1. Частичное освещение события, отсутствие деталей, пояснений 2. Семантически и синтаксически неполные предложения.
	Стратегия противоречия	Тактика отрицания	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ирония 2. Отрицательные местоимения (<i>никто</i>) 3. Отрицательные предложения (<i>ничего не сообщали</i>), глаголы с частицей <i>НЕ</i> (<i>не знал</i>)
	Стратегия на понижение	Тактика непочтительности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сопоставление, выраженное в сложноподчиненном предложении с указательным словом <i>тогда</i> и союзным словом <i>когда</i> 2. Снижение важности события, выраженное в перечислении подобной информации 3. Глагол с отрицательным значением (<i>вырезать</i> и др.)

Таблица 2. Речевые стратегии и способы их реализации в медиатекстах на тему «Медицина»

Тема «Медицина»			
Направленность российских СМИ	Речевая стратегия	Речевая тактика	Способы и языковые средства их реализации (основные)
Не находящиеся под иностранным влиянием СМИ ²	Стратегия «создание круга своих»	Тактика поддержки	1. Лексика со значением одобрения (<i>хороший, одобрять, ценить</i> и др.) 2. Лексика со значением категоричности (<i>уверенность, решимость</i> и др.) 3. Лексика со значением содействия (<i>помощь, взаимный, поддерживать</i> и др.) 4. Лексика со значением единения (<i>общий, единый</i> и др.) 4. Предложение с обстоятельством образа действия, выраженным формой творительного падежа существительного без предлога со значением инструмента (<i>общими усилиями</i>)
		Тактика «создание образа героя»	1. Лексика со значением возможности и успеха (<i>сможет, успешно, пример</i> и др.) 2. Вводные слова со значением уверенности, правильности (<i>действительно</i> и др.) 3. Синтаксический параллелизм
	Стратегия «создание круга чужих»	Тактика «дистанцирования»	1. Лексика со значением отчуждения (<i>борьба, противостояние</i> и др.) 2. Лексические единицы, выражающие «обезличивающее обобщение и неопределенность» (<i>любой, всякий, различный</i> и др.) 3. Высказывания с отрицательной оценкой (<i>негативное влияние, nepoзвoлитeльный</i> и др.) 4. Приложение с отрицательной частицей <i>HE</i>
	Стратегия сотрудничества	Тактика единения в действии	1. Лексика со значением поддержки и взаимодействия (<i>кооперация, взаимопомощь, поддерживать</i> и др.). 2. Лексика со значением положительной оценки (<i>партнерский, активно</i> и т. д.).
Находящиеся под иностранным влиянием СМИ ¹²	Некооперативная стратегия	Тактика неясности	1. Создание информационных планов, представленных в отдельных частях, которые, противоречат друг другу. 2. Лексемы с обобщенным значением (<i>другие страны, некоторые</i>)
		Тактика замалчивания	1. Частичное освещение события, отсутствие деталей, пояснений 2. Семантически и синтаксически неполные предложения

Продолжение таблицы 2

	Стратегия дискредитации	Тактика понижения образа	<ol style="list-style-type: none">1. Отрицательное предложение (<i>не уточняются, не прилетел</i> и др.)2. Лексика с отрицательным значением (<i>посетовать, умершие</i> и др.)3. Противительные предложения с союзом <i>а, однако</i>4. Лексика со значением неуспеха (<i>неготовность, зараженные, отсутствие</i> и др.)
--	-------------------------	--------------------------	---

Таблица 3. Речевые стратегии и способы их реализации в медиатекстах на тему «Экономика и бизнес»

Тема «Экономика и бизнес»			
Направленность российских СМИ	Речевая стратегия	Речевая тактика	Способы и языковые средства их реализации (основные)
Не находящиеся под иностранным влиянием СМИ ²	Стратегия одобрения	Тактика похвалы	1. Лексика со значением одобрения (<i>приоритетный, важный</i> и т. д.) 2. Лексика со значением необходимости (<i>необходимо, должны</i> и др.) 3. Лексика со значением степени (<i>самый крупный, более справедливый</i> и др.) 4. Метафора
	Стратегия убеждения	Тактика доказательства	1. Цитирование цифровых данных 2. Лексика со значением увеличения (<i>рост, превысил, увеличился</i> и др.) 3. Предлоги со значением временного предела <i>до, на</i> 4. Лексика со значением обобщенности (<i>все, весь</i> и др.)
	Стратегия презентации	Тактика близости	1. Лексика со значением активного стремления к сотрудничеству (<i>стремление, активно, заинтересованность, наращивать</i> и др.) 2. Лексика со значением продолжительности (<i>дальнейший, продолжение</i> и др.) 3. Местоимение первого лица <i>мы</i> 4. Лексика со значением объединения (<i>вместе, совместно</i> т.д.)
	Стратегия на повышение	Тактика анализ-плюс	1. Лексика с положительным значением (<i>приятно, очень важно, перспективы, вперед</i> и др.) 2. Неоднократное повторение лексики со значением солидарности (<i>партнеры</i>) 3. Вводные слова, приобретающие значение усиления, градации и уточнения аналогичности текста (<i>безусловно, во-первых, во-вторых</i>) 4. Сопоставление информации 5. Предложение с составным градационным союзом (<i>не только... но и</i>)
Находящиеся под иностранным влиянием СМИ ¹²	Стратегия недоступности	Тактика отрицания	1. Лексика и словосочетание с отрицательным значением (<i>отложил, упали, черный список</i> и др.) 2. Отрицательные предложения 3. Цитирование прямой речи с описанием неудачи
	Стратегия сопоставления	Тактика сравнения	1. Лексическое противопоставление (<i>накануне-давно, отечественный – зарубежный</i> и т.д.)

Продолжение таблицы 3

	Стратегия неясности	Тактика неопределенности	1. Лексика со значением неуверенности и неопределенности (<i>может быть,</i> <i>возможность</i> и др.) 2. Отрицательные предложения
		Тактика замалчивания	1. Частичное освещение события, отсутствие деталей, пояснений (<i>не уточняется</i>)
	Стратегия на понижение	Тактика обвинения	1. Предлог с выражением причины <i>из-за</i> 2. Лексика с отрицательным значением

ПРИЛОЖЕНИЕ 2



Рисунок 1. Частота использования выделенных нами речевых стратегий в текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², на тему «Культура»



Рисунок 2. Частота использования выделенных нами речевых стратегий в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², на тему «Культура»



Рисунок 3. Частота использования выделенных нами речевых стратегий в текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², на тему «Медицина»



Рисунок 4. Частота использования выделенных нами речевых стратегий в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², на тему «Медицина»



Рисунок 5. Частота использования выделенных нами речевых стратегий в текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием², на тему «Экономика и бизнес»



Рисунок 6. Частота использования выделенных нами речевых стратегий в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием¹², на тему «Экономика и бизнес»

Таблица 4. Частота использования всех выделенных речевых стратегий в отобранных нами текстах СМИ по темам «Культура», «Медицина», «Экономика и бизнес»

Тема «Культура»				
Не находящиеся под иностранным влиянием СМИ ² (всего 65 текстов)	Стратегия самопрезентации	Стратегия персуазивности	Стратегия на повышение	Стратегия информирования
	17 (26%)	20 (30%)	43 (66%)	43 (66%)
Находящиеся под иностранным влиянием СМИ ¹² (всего 24 текста)	Некооперативная стратегия	Стратегия противоречия	Стратегия на понижение	
	10 (41%)	8 (33%)	12 (50%)	
Тема «Медицина»				
Не находящиеся под иностранным влиянием ² СМИ (всего 60 текстов)	Стратегия "создание круга своих"	Стратегия "создание круга чужих"	Стратегия сотрудничества	
	32 (53%)	36 (60%)	32 (53%)	
Находящиеся под иностранным влиянием ¹² (всего 15 текста)	Некооперативная стратегия	Стратегия дискредитации		
	13 (86%)	21 (140%)		
Тема «Экономика и бизнес»				
Не находящиеся под иностранным влиянием ² СМИ (всего 182 текста)	Стратегия одобрения	Стратегия убеждения	Стратегия презентации	Стратегия на повышение
	56 (30%)	47 (26%)	75 (41%)	47 (26%)
Находящиеся под иностранным влиянием ¹² (всего 33 текстов)	Стратегия недоступности	Стратегия сопоставления	Стратегия неясности	Стратегия на понижение
	18 (54%)	7 (21%)	17 (51%)	20 (60%)

ПРИЛОЖЕНИЕ 3 СЛОВНИК

Словник был создан по материалу нашего исследования. Лексемы, включенные в данный словник, делятся на две категории: 1) лексика, часто встречающаяся в текстах СМИ, не находящаяся под иностранным влиянием²; 2) лексика — в текстах СМИ, находящаяся под иностранным влиянием¹². Это поможет изучающим русский язык как иностранный понять лексические особенности медиатекстов российских СМИ различной направленности.

В первой части словника мы сортируем лексемы каждой категории по частям речи: существительное, прилагательное, глагол, предлог, и располагаем их по русскому алфавиту. Кроме этого, мы представляем соответствующий китайский перевод каждого русского слова.

Во второй части словника мы перечисляем словосочетания в текстах СМИ, не находящиеся/находящиеся под иностранным влиянием², чтобы изучающие поняли принципы сочетания русских слов. Перечислены словосочетания по таким принципам: по видам связи в словосочетании (приставка+сущ.; предлог+сущ.; прилагательное+сущ. и т. д.), по главному слову и по русскому алфавиту.

Следует обратить внимание на то, что данный словник может усовершенствоваться в соответствии с нашими дальнейшими исследованиями.

Таблица 5. Часть 1 словника: лексика в СМИ, не находящаяся/находящаяся под иностранным влиянием²

Лексика в текстах СМИ, не находящаяся под иностранным влиянием ²		
Часть речи	Слово на русском языке	Перевод на китайский язык
Существительное—名词	Авторитет	权威
	Вклад	贡献
	Готовность	做好....准备
	Договоренность	协议
	Друг	朋友
	Единение	团结
	Заимствование	借用
	Заинтересованность	兴趣
	Импульс	动力
	Инвестиция	投资
	Интеграция	一体化
	Корень	根源
	Коллега	同事、同行
	Лауреат	(科学、艺术等方面的) 获奖者

	Лидер	首领、领导
--	-------	-------

Продолжение таблицы 5

	Мероприятие	活动
	Обвинение	指责
	Обладатель	享有者
	Обмен	交换
	Опыт	经验
	Павильон	陈列室
	Партнер	合作伙伴
	Плюс	优点
	Победитель	获胜者
	Поддержка	支持
	Поздравление	祝贺
	Помощь	帮助
	Представитель	代表
	Преодоление	克服
	Препятствие	障碍物、阻碍
	Перспектива	前景
	Прогресс	进步、发展
	Пуск	发射
	Решимость	果断、决心
	Рост	增长
	Соглашение	协议
	Сооружение	设施
	Сопряжение	结合
	Сотрудничество	合作
	Уверенность	信心
	Успех	成功
	Церемония	仪式、典礼
Наречие—副词	Абсолютно	绝对地
	Активно	积极地
	Вновь	又
	Вперед	前进
	Беспрецедентно	前所未有的地
	Безусловно	毫无疑问地
	Более	更
	Бурно	快速地
	Вместе	一起
	Впервые	首先
	Действительно	的确
	Крайне	极其
	Необходимо	必要地
	Обычно	经常地
	Особенно	特别地
	Полностью	完全
	По-товарищески	同志般地
	Примечательно	引人注目地

	Приятно	令人愉快地
	Совместно	共同地

Продолжение таблицы 5

	Твердо	坚固地
	Тепло	温暖地
	Традиционно	传统地
	Успешно	成功地
Прилагательное—形容词	Бездоказательный	无根据的
	Близкий	亲近的
	Ближайший	最亲密的
	Важнейший	最重要的
	Ведущий	主导的、主要的
	Взаимный	互相的
	Взаимовыгодный	互利的
	Впечатляющий	令人难忘的
	Глубокий	深刻的
	Главный	主要的
	Дружеский	朋友式的
	Дружественный	友好的
	Единый	统一的、联合的
	Единственный	唯一的
	Замечательный	优秀的、出色的
	Заслуженный	有功劳的、功绩卓著的
	Знаковый	标志的、象征性的
	Искренний	真诚的、真挚的
	Крупнейший	规模最大的
	Лучший	最好的
	Межправительственный	政府间的
	Наибольший	最大的
	Напряженный	处于紧张状态的
	Научный	科学的
	Непозволительный	不能容忍的
	Серийный	成批生产的
	Скоординированный	协调一致的
	Совместный	共同的
	Справедливый	公正的、公平的
	Стремительный	急速的、神速的
	Существенный	极重要的
	Общий	共同的
	Объективный	客观的
	Особенный	特别的、与众不同的
	Открытый	开放性的、真诚的
	Отличительный	特殊的、识别的
	Отрицательный	否定的
	Партнерский	伙伴的
	Первый	第一
	Понятный	可以理解的
	Поставленный	提供的、提高的

	Приоритетный	优先的
	Рамочный	框架的

Продолжение таблицы 5

	Рациональный	合理的
	Реалистичный	现实主义的
	Твердый	坚决的
	Тесный	亲近的
	Торжественный	盛大的
	Флагманский	领头的、领导的
	Хороший	好的、优秀的
	Яркий	卓越的、突出的
	Ясный	清晰的、明亮的
Глагол—动词	Верить	相信
	Восстановить	还原、恢复
	Вписываться	协调、配合得宜
	Гарантировать	保证
	Договориться	约定
	Достигать	达到
	Наращивать	增加、扩大
	Объединить	联合、统一
	Одобрять	同意
	Отстаивать	坚持
	Придерживаться	坚持、遵循
	Повышаться	提高、加强
	Поддерживать	支持
	Подписать	签字、签署
	Показывать	展示
	Поспособствовать	促进
	Превысить	超出、超过
	Продемонстрировать	演示
	Продолжать	继续
	Развиваться	发展
	Сообщать	通知、报告
	Увеличиться	增加
	Унифицировать	统一、划一
	Ускорять	加速、加快
	Устранить	解除、消除
	Ценить	珍视
Предлог—前置词	на	增加（减少）到
	до	到....，至...

Лексика в текстах СМИ, находящаяся под иностранным влиянием ¹²		
Часть речи	Слово на русском языке	Перевод на китайский язык
Существительное—名词	Аванс	预付款
	Акционер	股东、股票持有人
	Бюджетник	从国家预算中领工资的人
	Внесение	交付
	Возможность	可能性

	Заболевший	病号
	Закрытие	关闭

Продолжение таблицы 5

	Замалчивание	隐瞒
	Зараженный	感染者
	Локализация	限制
	Неготовность	未准备好
	Недоумение	误解
	Неожиданность	意外性
	Неясность	不清楚
	Отрицание	否定
	Отсутствие	缺少
	Переход	过渡
	Разрешение	允许
	Убыток	亏损
	Умерший	死者
	Хештег	话题标记、主题标签
	Чиновник	官员
Прилагательное—形容词	Низкий	低的
	Отечественный	祖国的
Глагол—动词	Вынуждать	迫使、强迫
	Вырезать	剪切
	Затягиваться	拖延、延迟
	Испортиться	变坏
	Исчезнуть	消失、失踪
	Лишить	夺去
	Обогнать	超过
	Ограничиться	限制
	Отказаться	拒绝
	Откладываться	推迟
	Отложить	推迟、延期
	Перегрузить	使超载
	Перейти	转变
	Переполнить	超过
	Пожаловаться	埋怨
	Пообещать	答应、许诺
	Предусмотреть	规定、预见到
	Терять	失去
	Тестировать	测试
	Упасти	拯救、挽救
	Уточняться	更明确
Предлог—前置词	Вместо	代替
	Из-за	由于、因为
	До	直到

Таблица 6. Часть 2 словаря: словосочетание в текстах СМИ, не находящихся/находящихся под иностранным влиянием²

Словосочетание в текстах СМИ, не находящихся под иностранным влиянием ²				
Виды связи в словосочетаниях—词组构造类型	Главное слово—主要的词	Перевод на китайский язык	Словосочетание на русском языке —词组	Перевод на китайский язык
Приставка+существительное —前缀+名词	Без+(2)	没有、无	Без преувеличения	毫不夸张
Предлог + существительное —前置词+名词	V+(4)	在...时候	В кратчайшие сроки	尽早
	По+(3)	在...范围内	По всем фронтам	全方位
	Под +(5)	在...下面	Под руководством	在...领导下
Отглагольное существительное + существительное —动名词+名词	Оказание + (2)	提供	Оказание взаимопомощи	提供互助
Прилагательное+существительное —形容词+名词	Большой (-ая, -ое, -ие)	大的	Большая часть	很荣幸
	Важный (-ая, -ое, -ые)	重要的	Важнейшие партнеры	重要伙伴
	Высокий (-ая, -ое, -ые)	高的	Высокий авторитет	高的权威
			Высокая оценка	高的评价
			Высокий уровень	高水平
	Глобальный (-ая, -ое, -ые)	全球的	Глобальный масштаб	全球范围
	Государственный (-ая, -ое, -ые)	国家的	Государственный визит	国事访问
	Дальнейший (-ая, -ее, -ие)	进一步的	Дальнейшее укрепление	进一步加强
	Значимый (-ая, -ое, -ые)	有意义的、重要的	Значимая роль	重要作用
	Исторический (-ая, -ое, -ие)	历史的	Исторические связи	历史联系
	Китайский (-ая, -ое, -ие)	中国的	Китайские друзья	中国朋友
			Китайские коллеги	中国同事、中国伙伴
	Народный (-ая, -ое, -ые)	人民的、民间的	Народная дипломатия	民间外交
	Положительный (-ая, -ое, -ые)	积极的、正面的	Положительный тон	积极的态度
Специальный (-ая, -ое, -ые)	专业的、专门的	Специальный павильон	专门的陈列馆	
Хороший (-ая, -ое, -ие)	好的	Хороший пример	好的典范	

Продолжение таблицы 6

Словосочетание в текстах СМИ, находящихся под иностранным влиянием ¹²				
Виды связи в словосочетаниях —词组构造类型	Главное слово —主要的词	Перевод на китайский язык	Словосочетание на русском языке —词组	Перевод на китайский язык
Прилагательное+существительное —形容词+名词	Недостаточный (-ая, -ое, -ые)	不够的、不完全的	Недостаточное финансирование	资金不足
	Полный (-ая, -ое, -ые)	完全的	Полная неожиданность	完全没想到
	Черный (-ая, -ое, -ые)	黑色的	Черный список	黑名单

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

СПИСОК ОТОБРАННЫХ ТЕКСТОВ РОССИЙСКИХ СМИ

Материал перечислен по темам и направленности СМИ.

Тема «Культура»

Не находящиеся под иностранным влиянием СМИ²

1. Путин поблагодарил Си Цзиньпина за сохранение памяти советских солдат // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200508/1571180977.html> (дата обращения: 08.05.2020)
2. Китай выступил против переписывания истории Второй мировой войны // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200511/1571271311.html> (дата обращения: 05.11.2020)
3. Путин призвал Си Цзиньпина сохранить правду о событиях Второй мировой // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200903/voyna-1576675073.html> (дата обращения: 03.09.2020)
4. Си Цзиньпин поздравил россиян с 75-летием Победы // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200508/1571177762.html> (дата обращения: 08.05.2020)
5. Ролдугин выступил в Пекине по случаю 70-летия дипотношений России и Китая // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20191018/1559919728.html> (дата обращения: 18.10.2019)
6. МИД РФ и КНР: фильм "Второе рождение Поднебесной" - уникальный проект // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20191016/1559872850.html> (дата обращения: 16.10.2019)
7. Путин поздравил Си Цзиньпина с 70-летием образования КНР // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20191001/1559304664.html> (дата обращения: 16.10.2019)
8. Подаренную Путиным баню Си Цзиньпин назвал "уникальным домом" // «РИА Новости» (сайт). URL: https://ria.ru/20180609/1522409105.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (дата обращения: 06.09.2018)
9. Путин приготовил и попробовал в Китае местную еду // «РИА Новости» (сайт). URL: https://ria.ru/20180609/1522399667.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (дата обращения: 06.09.2018)
10. Путин первым среди глав государств получил китайский орден Дружбы // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20180608/1522352350.html> (дата обращения: 06.08.2018)
11. Путин наградил Си Цзиньпина орденом Святого апостола Андрея Первозванного // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20170704/1497777200.html> (дата обращения: 07.04.2017)
12. Путин вручил Си Цзиньпину высшую госнаграду в России // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20170704/1497799674.html> (дата обращения: 07.04.2017)
13. Путин подарил Си Цзиньпину на день рождения российское мороженое // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190615/1555592589.html> (дата обращения: 06.15.2019)
14. Путин показал председателю КНР Си Цзиньпину, как работает "Йотафон" // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20141110/1032565763.html> (дата обращения: 11.10.2014)
15. Си Цзиньпин стал почетным доктором СПбГУ // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190606/1555345421.html> (дата обращения: 06.06.2019)
16. Китайско-российский форум новых медиа прошел успешно // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20211124/forum-1760529729.html> (дата обращения: 11.24.2021)
17. Пятый форум СМИ России и Китая проходит во Владивостоке // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190903/1558219705.html> (дата обращения: 09.03.2019)
18. Сотрудничество РФ и КНР в области СМИ вступает в новую эпоху // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190904/1558309929.html> (дата обращения: 09.04.2019)
19. В Запретном городе в Пекине открылась выставка Музеев Московского Кремля // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190829/1558015118.html> (дата обращения: 08.29.2019)

20. Путин и Си Цзиньпин посетили выставку в СПбГУ // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190606/1555345537.html> (дата обращения: 06.06.2019)
21. Путин и Си Цзиньпин посетят церемонию передачи панд в Московском зоопарке // «РИА Новости» (сайт). URL: https://ria.ru/20190604/1555251792.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (дата обращения: 06.04.2019)
22. Путин назвал передачу Китаем двух панд жестом доверия и дружбы // «РИА Новости» (сайт). URL: https://ria.ru/20190605/1555294777.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 06.05.2019)
23. Путин рассказал, как пил водку с Си Цзиньпином в свой день рождения // «РИА Новости» (сайт). URL: https://ria.ru/20180606/1522142987.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 06.06.2018)
24. Путин назвал Си Цзиньпина надежным другом // «РИА Новости» (сайт). URL: https://ria.ru/20180606/1522142922.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 06.06.2018)
25. Российско-китайские отношения выдержали испытание временем, заявил Путин // «РИА Новости» (сайт). URL: https://ria.ru/20191002/1559344828.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 10.02.2019)
26. Владимир Путин и Си Цзиньпин объявили о продлении российско-китайского договора о дружбе // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2021/06/29/putin-i-si-czinpin-obiavili-o-prodlenii-dogovora-o-druzhbe.html> (дата обращения: 06.29.2021)
27. Как встречали Путина в Китае // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2018/06/09/kak-vstrechali-putina-v-kitae.html> (дата обращения: 09.06.2018)
28. Путин и Си Цзиньпин испекли блины на "Улице Дальнего Востока" // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2018/09/11/reg-dfo/putin-i-si-czinpin-ispekli-bliny-na-ulice-dalnego-vostoka.html> (дата обращения: 11.09.2018)
29. Владимир Путин стал первым обладателем ордена Дружбы КНР // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2018/06/08/vladimir-putin-stal-pervym-obladatelem-ordena-druzhby-knr.html> (дата обращения: 08.06.2018)
30. Путин наградил Си Цзиньпина орденом Святого апостола Андрея Первозванного // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2017/07/04/putin-nagradil-si-czinpina-ordenom-sviatogo-apostola-andreia-pervozvannogo.html> (дата обращения: 04.07.2017)
31. Владимир Путин подарил Си Цзиньпину коробку мороженого // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2016/09/04/vladimir-putin-podaril-si-czinpinu-korobku-morozhenogo.html> (дата обращения: 04.09.2016)
32. Владимир Путин подарил Си Цзиньпину российский смартфон // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2014/11/09/smatrfon-site-anons.html> (дата обращения: 09.11.2014)
33. Степень для председателя Си Цзиньпин получил диплом почетного доктора СПбГУ // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2019/06/06/reg-szfo/si-czinpin-poluchil-diplom-pochetnogo-doktora-spbgu.html> (дата обращения: 06.06.2019)
34. Путин стал почетным доктором университета Цинхуа // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2019/04/26/putin-stal-pochetnym-doktorom-universiteta-cinhua.html> (дата обращения: 26.04.2019)
35. В Пекине ждут президента России на "белые" Олимпийские игры // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2021/09/17/pochemu-v-pekine-zhdut-prezidenta-rossii-na-zimniuiu-olimpiadu.html> (дата обращения: 17.09.2021)
36. Во Владивостоке прошел V Форум СМИ России и Китая // «Российская газета» (сайт).

- URL: https://rg.ru/2019/09/03/reg-dfo/vo-vladivostoke-proshel-v-forum-smi-rossii-i-kitaia.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 03.09.2021)
37. Российские и китайские СМИ видят общие цели // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2019/09/03/na-poliah-vef-proshel-forum-smi-rossii-i-kitaia.html> (дата обращения: 03.09.2021)
38. В Пекине открылась выставка российских императорских церемониалов // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2019/08/30/v-pekine-otkrylas-vystavka-rossijskih-imperatorskih-ceremonialov.html> (дата обращения: 30.08.2019)
39. Китайских панд доставили в Москву почтовым самолетом // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2019/06/06/kitajskih-pand-dostavili-v-moskvu-pochtovym-samoletom.html> (дата обращения: 06.06.2019)
40. Путин рассказал о российской мечте и ожиданиях от сборной по футболу // «Российская газета» (сайт). URL: https://rg.ru/2018/06/06/putin-rasskazal-o-vrede-sankcij-i-ozhidaniiah-ot-sbornoj-po-futbolu.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 06.06.2018)
41. Владимир Путин стал первым обладателем ордена Дружбы КНР // «Российская газета» (сайт). URL: https://rg.ru/2018/06/08/vladimir-putin-stal-pervym-obladatelem-ordena-druzhby-knr.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 08.06.2018)
42. Владимир Путин вручил Си Цзиньпину орден Андрея Первозванного // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2017/07/04/vladimir-putin-vruchil-si-czinpinu-orden-andreia-pervozvannogo.html> (дата обращения: 04.07.2017)
43. В Пекине прошел концерт в честь 70-летия дипломатических отношений России и Китая // «Российская газета» (сайт). URL: https://rg.ru/2019/10/18/v-pekine-proshel-koncert-v-chest-70-letia-diplomaticeskikh-otnoshenij-rossii-i-kitaia.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 18.10.2019)
44. Си Цзиньпин поздравил Владимира Путина с 75-летием окончания Второй мировой войны // «Российская газета» (сайт). URL: https://rg.ru/2020/09/03/si-czinpin-pozdravil-vladimira-putna-s-75-letiem-okonchaniia-vtoroj-mirovoj-vojny.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 03.09.2020)
45. Накануне ВЭФ. Российско-китайский форум СМИ и открытие "Улицы Дальнего Востока" // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6834526> (дата обращения: 03.09.2019)
46. Панда Мэн Мэн в Берлинском зоопарке родила двойню // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/obschestvo/6831604> (дата обращения: 02.09.2020)
47. Выставка "Церемониалы российского императорского двора" открылась в Запретном городе // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/kultura/6810633> (дата обращения: 29.08.2019)
48. Си Цзиньпин поздравил Владимира Путина с 75-летием Победы во Второй мировой войне // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/obschestvo/9357369> (дата обращения: 03.09.2020)
49. Путин во время посещения Тяньцзиня приготовил традиционную китайскую еду // «ТАСС» (сайт). URL: https://tass.ru/obschestvo/5278244?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (дата обращения: 09.06.2018)
50. Команды из России и Китая сыграли в хоккей на льду Амура // «ТАСС» (сайт). URL: https://tass.ru/obschestvo/6018185?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (дата обращения: 19.01.2019)
51. Путин и Си Цзиньпин посетят хоккейный матч юниорских команд в городе Тяньцзинь // «ТАСС» (сайт). URL: https://tass.ru/sport/5261290?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (дата обращения: 04.06.2018)
52. Российские команды обыграли хоккеистов из Китая в международном матче на реке Амур // «ТАСС» (сайт). URL: https://tass.ru/sport/4872571?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D

- [А%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D](#) (дата обращения: 14.01.2018)
53. Путин вручил Си Цзиньпину орден Андрея Первозванного // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/4386086> (дата обращения: 04.07.2017)
54. Си Цзиньпин удостоен степени почетного доктора СПбГУ // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/obschestvo/6520143> (дата обращения: 07.06.2019)
55. Путин стал почетным доктором университета Цинхуа, который закончил Си Цзиньпин // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/obschestvo/6379505> (дата обращения: 26.04.2019)
56. Голодец: РФ и Китай наметили программу сотрудничества в гуманитарной сфере // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/4556261> (дата обращения: 12.09.2017)
57. Путин и Си Цзиньпин осмотрели выставку книг в Петербургском университете // «ТАСС» (сайт). URL: https://tass.ru/obschestvo/6520159?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (дата обращения: 07.06.2017)
58. Си Цзиньпин прибыл в Москву с государственным визитом // «ТАСС» (сайт). URL: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/6509834?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (дата обращения: 05.06.2019)
59. Путин и Си Цзиньпин посетят церемонию передачи двух панд Московскому зоопарку // «ТАСС» (сайт). URL: https://tass.ru/obschestvo/6506631?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (дата обращения: 04.06.2019)
60. Путин назвал знаком особого доверия передачу Китаем двух панд Московскому зоопарку // «ТАСС» (сайт). URL: https://tass.ru/obschestvo/6512358?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 06.06.2019)
61. Путин назвал Си Цзиньпина душевным человеком // «ТАСС» (сайт). URL: https://tass.ru/politika/5266277?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Finstory%2FPutin_vypil_i_zakusil_s_Si_Czinpinom--8b840c0d8295b17ba8e92e2c3c2ce230 (дата обращения: 06.06.2018)
62. Путин стал первым обладателем китайского ордена Дружбы // «ТАСС» (сайт). URL: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/5275902?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Finstory%2FPutin_stal_pervym_obladatelem_kitajskogo_ordena_Druzhby--ab2e696d2b593de9059f25dc7027d177 (дата обращения: 08.06.2018)
63. Россия и Китай отметили 70-летие отношений международным балом в Пекине // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/obschestvo/6992920> (дата обращения: 12.10.2019)
64. Путин поздравил Си Цзиньпина с 70-летием установления дипотношений между РФ и КНР // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/6952648> (дата обращения: 02.10.2019)
65. Си Цзиньпин поздравил Путина с 70-летием китайско-российских официальных отношений // «ТАСС» (сайт). URL: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/6952925?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 02.10.2019)

Находящиеся под иностранным влиянием СМИ¹²

66. Комментарии -- Владимир Путин привез на день рождения председателю КНР Си Цзиньпину российское мороженое // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20190615095650/https://echo.msk.ru/news/2445813-echo/comments.html> (дата обращения: 15.06.2019)
67. Старая территория Московского зоопарка оказалась закрыта из-за планирующегося визита Владимира Путина и Си Цзиньпина // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20190607142824/https://echo.msk.ru/news/2439679-echo.html> (дата обращения:

06.05.2019)

68. Основная территория Московского зоопарка оказалась перекрыта перед приездом Владимира Путина и Си Цзиньпина // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20190607075600/https://echo.msk.ru/news/2439555-echo.html> (дата обращения: 06.05.2019)

69. Руководители России и Китая проведут переговоры по видеосвязи // «Эхо Москвы»³(сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20210628031717/https://echo.msk.ru/news/2861934-echo.html> (дата обращения: 28.06.2021)

70. Комментарии -- Владимир Путин привез на день рождения председателю КНР Си Цзиньпину российское мороженое // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20190615095650/https://echo.msk.ru/news/2445813-echo/comments.html> (дата обращения: 15.06.2019)

71. Владимир Путин подарил председателю КНР Си Цзиньпину российский YotaPhone второго поколения // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20141112111211/http://www.echo.msk.ru:80/blog/day_photo/1434134-echo (дата обращения: 09.11.2014)

72. Алексей Улюкаев сообщил, что лидер Китая обрадовался подарку от Владимира Путина // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20220303052002/https://echo.msk.ru/news/1832060-echo.html> (дата обращения: 04.09.2016)

73. Владимир Путин привез лидеру Китая в подарок коробку мороженого // «Эхо Москвы»³(сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20161025040801/http://echo.msk.ru/news/1832030-echo.html> (дата обращения: 04.09.2016)

74. Высшую государственную награду России сегодня получит председатель КНР // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20170809192314/http://echo.msk.ru/news/2012104-echo.html> (дата обращения: 04.07.2017)

75. Президент Путин стал первым иностранным лидером, награжденным китайским орденом Дружбы // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20180612113122/https://echo.msk.ru/news/2217826-echo.html> (дата обращения: 08.06.2018)

76. В Китае пройдут торжества по случаю 70-й годовщины образования КНР // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20191001234425/https://echo.msk.ru/news/2511175-echo.html> (дата обращения: 01.10.2019)

77. Комментарии -- Президент Путин стал почетным доктором китайского Университета Цинхуа // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20190426082114/https://echo.msk.ru/news/2415043-echo/comments.html> (дата обращения: 26.04.2019)

78. В Пекине прошел военный парад в честь 70-летия победы во Второй мировой войне // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20150906060914/https://echo.msk.ru/news/1615310-echo.html> (дата обращения: 03.09.2015)

79. Путин посетит зимнюю Олимпиаду 2022 года в Пекине, несмотря на запрет спортивного арбитража // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20220302124731/https://echo.msk.ru/news/2904888-echo.html> (дата обращения: 16.09.2021)

80. Президент федерации хоккея России Третьяк уверен, что российские хоккеисты выступят на Олимпиаде 2022-ого года в Китае // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20191211110306/https://echo.msk.ru/news/2552425-echo.html> (дата обращения: 11.12.2019)

81. Московский зоопарк ожидает наплыва желающих посмотреть на панд из Китая // «Эхо

- Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20220302185006/https://echo.msk.ru/news/2440819-echo.html> (дата обращения: 07.06.2019)
82. Комментарии -- Китай официально передал московскому зоопарку двух больших панд // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20190607124926/https://echo.msk.ru/news/2439787-echo/comments.html> (дата обращения: 05.06.2019)
83. Путин и Си Цзиньпин выпили водки и съели блины с черной и красной икрой // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220308060316/https://tvrain.ru/teleshov/here_and_now/bliny-471277/ (дата обращения: 11.09.2018)
84. Путин рассказал, как пил водку с Си Цзиньпином в свой день рождения // «Дождь»⁴ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20220321090708/https://tvrain.ru/news/putin-465242/> (дата обращения: 06.06.2018)
85. Си Цзиньпин стал почетным доктором Санкт-Петербургского государственного университета // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220909143639/https://tvrain.ru/news/si_tszinpin_stal_pochetnym_doktorom-487182/ (дата обращения: 06.06.2019)
86. Путин стал почетным доктором одного из ведущих вузов Китая // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20190426130053/https://tvrain.ru/news/putin_stal_pochetnym_doktorom_odnogo_iz_veduschih_vuzov_kitaja-484642/ (дата обращения: 26.04.2019)
87. Китайская цензура вырезала видео с галантным жестом Путина // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220321032609/https://tvrain.ru/news/kitajskaja_tsenzura_vyrezala_video_s_galantnym_zhestom_putina-377905/ (дата обращения: 11.11.2014)
88. Путин стал почетным доктором китайского университета Цинхуа // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220312034639/https://tvrain.ru/teleshov/here_and_now/putin-484663/ (дата обращения: 26.04.2019)
89. Путин опубликовал в американском журнале статью о Второй мировой войне. Пересказ // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220308103501/https://tvrain.ru/teleshov/notes/prezident_putin_napisal_statju_o_vtoroj_mirovoj_vojne_pereskaz-510933/ (дата обращения: 19.06.2020)

Тема «Медицина»**Не находящиеся под иностранным влиянием СМИ²**

90. Путин и Си Цзиньпин обсудили сотрудничество по вакцине от коронавируса // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200508/1571178342.html> (дата обращения: 08.05.2020)
91. Лекарство от COVID: человечность или \$? // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200430/1570816700.html> (дата обращения: 30.04.2020)
92. Путин и Си Цзиньпин отметили важность поддержки в борьбе с коронавирусом // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200416/1570150795.html> (дата обращения: 16.04.2020)
93. Си Цзиньпин призвал не политизировать ситуацию с коронавирусом // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200416/1570149841.html> (дата обращения: 16.04.2020)
94. Китай продолжит оказывать поддержку России в борьбе с эпидемией // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200416/1570148816.html> (дата обращения: 16.04.2020)
95. Си Цзиньпин уверен, что сотрудничество России и Китая станет прочнее // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200416/1570147658.html> (дата обращения: 16.04.2020)
96. В Кремле рассказали подробности разговора Путина и Си Цзиньпина // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200319/1568860727.html> (дата обращения: 19.03.2020)
97. Источник: Си Цзиньпин передал Путину благодарность за поддержку КНР // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200206/1564307259.html> (дата обращения: 06.02.2020)
98. Комментарий: сотрудничество КНР и РФ в условиях пандемии особенно ценно // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200827/sotrudnichestvo-1576394220.html> (дата обращения: 27.08.2020)
99. В Кремле заявили о совместной с Китаем работе над вакциной от COVID-19 // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200508/1571180252.html> (дата обращения: 08.05.2020)
100. Си Цзиньпин уверен, что мир сможет победить в войне с коронавирусом // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200508/1571178961.html> (дата обращения: 08.05.2020)
101. Китай оценил подход России к вопросу о происхождении коронавируса // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200423/1570453024.html> (дата обращения: 23.04.2020)
102. В Кремле рассказали о контактах с Китаем по борьбе с коронавирусом // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200422/1570404066.html> (дата обращения: 22.04.2020)
103. Лидеры РФ и КНР скоординировали позиции в совместной борьбе с COVID-19 // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200417/1570173558.html> (дата обращения: 17.04.2020)
104. Китай уверен, что Россия сможет быстро взять эпидемию под контроль // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200416/1570150399.html> (дата обращения: 16.04.2020)
105. Путин и Си Цзиньпин подтвердили настрой на сотрудничество // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200416/1570150078.html> (дата обращения: 16.04.2020)
106. Путин высоко оценил действия Китая по борьбе с коронавирусом // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200416/1570149805.html> (дата обращения: 16.04.2020)
107. Китай готов помочь России в борьбе с коронавирусом // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200408/1569743790.html> (дата обращения: 08.04.2020)
108. Самолет ВКС доставил из Китая более 25 миллионов защитных масок // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200323/1568992315.html> (дата обращения: 23.03.2020)
109. Пекин поблагодарил Россию за гумпомощь в борьбе с коронавирусом // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200202/1564154804.html> (дата обращения: 02.02.2020)
110. Виртуальные подруги и наука на Луне. Совместная работа ученых РФ и КНР // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20210620/kitay-1737790455.html> (дата обращения: 20.06.2021)
111. Путин поддержал идею провести симпозиум БРИКС по традиционной медицине // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20201117/meditsina-1585011308.html> (дата обращения: 17.11.2020)
112. Си Цзиньпин предложил провести симпозиум БРИКС по традиционной медицине //

- «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20201117/briks-1585013299.html> (дата обращения: 17.11.2020)
113. Путин и Си Цзиньпин поддержали углубление кооперации в медицине // «РИА Новость» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200319/1568860871.html> (дата обращения: 19.03.2020)
114. Россия и КНР усилили совместную борьбу с COVID-19 // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/04/17/rossiia-i-kr-usilili-sovmestnuiu-borbu-s-covid-19.html> (дата обращения: 17.04.2020)
115. Работа из дома на треть эффективнее // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/04/06/dynkin-predrekat-polnyj-kollaps-globalizacii-vesma-oprometchivo.html> (дата обращения: 06.04.2020)
116. Лидеры России и Китая по телефону обсудили борьбу с коронавирусом // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/03/19/lidery-rossii-i-kitaia-po-telefonu-obsudili-borbu-s-koronavirusom.html> (дата обращения: 19.03.2020)
117. Не бросим Пекин в беде // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/02/09/kak-rossiiane-podderzhivaiut-kitaj-v-borbe-s-koronavirusom.html> (дата обращения: 09.02.2020)
118. Президент заявил об эффективности всех российских вакцин от коронавируса // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/11/10/putin-zaiavil-ob-effektivnosti-vseh-rossijskih-vaksin-ot-koronavirusa.html> (дата обращения: 10.11.2020)
119. Россия и КНР усилили совместную борьбу с COVID-19 // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/04/17/rossiia-i-kr-usilili-sovmestnuiu-borbu-s-covid-19.html> (дата обращения: 17.04.2020)
120. Владимир Путин и Си Цзиньпин обсудили борьбу с коронавирусом // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/04/16/vladimir-putin-i-si-czinpin-obsudili-borbu-s-koronavirusom.html> (дата обращения: 16.04.2020)
121. Россия и Китай подали пример международного взаимодействия в борьбе с COVID-19 // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/03/25/rossiia-i-kitaj-podali-primer-mezhdnarodnogo-vzaimodejstviia-v-borbe-s-covid-19.html> (дата обращения: 25.03.2020)
122. Путин назвал успешной борьбу Китая с коронавирусом // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/11/17/putin-nazval-uspeshnoj-borbu-kitaia-s-koronavirusom.html> (дата обращения: 17.11.2020)
123. Продвигаться вперед вместе с Россией // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/09/29/sovmestnaia-borba-s-koronavirusom-pridaet-otnosheniam-kitaia-i-rf-strategicheskoe-znachenie.html> (дата обращения: 29.09.2020)
124. Единым фронтом против вируса Россия и Китай вместе задают тон в борьбе с пандемией // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/05/21/rossiia-i-kitaj-vmeste-zadaiut-ton-v-borbe-s-pandemiej.html> (дата обращения: 21.05.2020)
125. Китаю есть чем поделиться // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/12/01/briks-podala-primer-borby-s-pandemiej-vsemu-miru.html> (дата обращения: 01.12.2020)
126. Саммит G20: Китай и Россия продемонстрировали единство подходов к борьбе с COVID-19 // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/03/27/sammit-g20-kitaj-i-rossiia-prodemonstirovali-edinstvo-podhodov-k-borbe-s-covid-19.html> (дата обращения: 27.03.2020)
127. Силу придаст единство Борьба с эпидемией в Китае требует сотрудничества всех стран мира // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/02/17/borba-s-epidemiej-v-kitae-potrebuuet-sotrudnichestva-vseh-stran-mira.html> (дата обращения: 17.02.2020)
128. Китай выразил благодарность РФ за помощь в борьбе с коронавирусом // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/02/02/kitaj-vyrazil-blagodarnost-rf-za-pomoshch-v-borbe-s-koronavirusom.html> (дата обращения: 02.02.2020)
129. Владимир Путин предложил КНР помощь в борьбе с коронавирусом // «Российская

газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/01/31/vladimir-putin-predlozhil-knr-pomoshch-v-borbe-s-koronavirusom.html> (дата обращения: 31.01.2020)

130. Путин и Си Цзиньпин высказались за углубление сотрудничества в области медицины // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8028073> (дата обращения: 19.03.2020)

131. Си Цзиньпин заявил, что Китай верит в скорую победу над коронавирусом в России // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8430111> (дата обращения: 05.08.2020)

132. МИД КНР выразил солидарность с Россией в неприемлемости политизации проблемы коронавируса // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8442995> (дата обращения: 05.11.2020)

133. Си Цзиньпин провел телефонный разговор с Владимиром Путиным // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8261965> (дата обращения: 16.04.2020)

134. Путин заявил, что Китай показал всему миру пример успешной борьбы с коронавирусом // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/10023715> (дата обращения: 17.11.2020)

135. Вакцины для всех, и пусть никто не останется "за бортом". Итог онлайн-встречи лидеров АТЭС // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/11924515> (дата обращения: 17.07.2021)

136. Совет Российско-Китайской Ассоциации медуниверситетов пройдет в Тюмени с 8 по 12 октября // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/novosti-partnerov/6965626> (дата обращения: 05.10.2019)

137. Си Цзиньпин на G20 предложил инициативу глобального сотрудничества в области вакцин // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/12807121> (дата обращения: 30.10.2021)

138. Си Цзиньпин призвал бороться с попытками политизировать тему вакцин и коронавируса // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/obschestvo/12294577> (дата обращения: 3.09.2021)

139. В КНР заявили, что отношения Пекина и Москвы выдержали в 2020 году "крещение эпидемией" // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/10398609> (дата обращения: 02.01.2021)

140. G20 поддержит развивающиеся и наименее развитые страны в противостоянии пандемии // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/10069949> (дата обращения: 23.11.2020)

141. Путин поддержал тезис лидера КНР о необходимости избежать политизации ситуации с COVID-19 // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/9961141> (дата обращения: 10.11.2020)

142. Си Цзиньпин провел телефонный разговор с Владимиром Путиным // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8913673> (дата обращения: 08.07.2020)

143. Си Цзиньпин заявил, что Китай верит в скорую победу над коронавирусом в России // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8430111> (дата обращения: 08.05.2020)

144. Путин назвал контрпродуктивными попытки обвинить КНР в неинформировании о коронавирусе // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/8263287> (дата обращения: 16.04.2020)

145. Си Цзиньпин провел телефонный разговор с Владимиром Путиным // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8261965> (дата обращения: 16.04.2020)

146. Китай стремится объединить усилия со странами G20 в борьбе с пандемией // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/obschestvo/8080579> (дата обращения: 26.03.2020)

147. Лидеры G20 на экстренном саммите в режиме видеоконференции обсудят борьбу с коронавирусом // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8079857> (дата обращения: 26.03.2020)

148. Посол КНР назвал искренней, своевременной и трогательной помощь РФ Китаю по коронавирусу // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/obschestvo/7986373> (дата обращения: 16.03.2020)

149. Путин выразил готовность помочь Китаю в преодолении угрозы распространения коронавируса // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/7659267> (дата обращения: 01.02.2020)

Находящиеся под иностранным влиянием СМИ¹²

150. Председатель КНР призвал мировых лидеров не политизировать тему борьбы с коронавирусом // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20200924042414/https://echo.msk.ru/news/2713305-echo.html> (дата обращения: 22.09.2020)

151. Китай предложил глобальную инициативу в области вакцинации от коронавируса // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20211102151304/https://echo.msk.ru/news/2928026-echo.html> (дата обращения: 30.10.2021)

152. Председатель КНР Си Цзиньпин пообещал поставить 2 млрд доз вакцины от коронавируса другим странам // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20210922172742/https://echo.msk.ru/news/2907752-echo.html> (дата обращения: 22.09.2020)

153. Председатель КНР Си Цзиньпин предложил создать международный механизм взаимного признания «кодов здоровья» // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20210510020548/https://echo.msk.ru/news/2745738-echo.html> (дата обращения: 21.11.2020)

154. Посол России: Россия с конца марта закупила в Китае почти 200 миллионов защитных масок // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20200511161322/https://echo.msk.ru/news/2639119-echo.html> (дата обращения: 08.05.2020)

155. Китай выделит 2 млрд долларов на помощь странам, пострадавшим от COVID-19 // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20200528113323/https://tvrain.ru/news/kitaj_vydelit_dva_milliarda_dollarov_na_po_mosch_stranam_postradavshim_ot_covid_19-508969/ (дата обращения: 18.05.2020)

156. В Китае обнаружили коронавирус на пачке куриных ножек из России // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20201122100036/https://tvrain.ru/news/v_kitae_obnaruzhili_koronavirus_na_pachke_kurinyh_nozhek_iz_rossii-519729/ (дата обращения: 22.11.2020)

157. Половину новых случаев коронавируса за сутки в Китае выявили у вернувшихся из России // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220428172423/https://tvrain.ru/news/bolee_poloviny_novyh_sluchaev_koronaviru_sa_za_sutki_v_kitae_vyjavili_u_vernuvshih_sja_iz_rossii-506685/ (дата обращения: 12.04.2020)

158. Китайская провинция начала патрулирование границы с Россией, опасаясь новой вспышки коронавируса // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220426191527/https://tvrain.ru/news/kitaj_zakryvaet_granitsu_s_rossiej_opasajas_novoj_vspyshki_koronavirusa-506725/ (дата обращения: 13.04.2020)

159. Фонды основателя AliExpress передали России медицинские маски и тесты на коронавирус // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20210917040800/https://tvrain.ru/news/fondy_alibaba_i_dzheka_ma_peredali_rossii_medit_sinskie_maski-505354/ (дата обращения: 25.03.2020)

160. «Заразишь кого-то — посадим». Как Россия воюет с коронавирусом и китайцами // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20200228085621/https://tvrain.ru/teleshov/fishman_vechernee_shou/zarazish_kto_to

_posadim-503384/ (дата обращения: 21.02.2020)

161. Путин подписал указ о дистанционной продаже лекарств // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220319033658/https://tvrain.ru/news/putin_podpisal_zakon_o_distantsionnoj_prodazhe_lekarstv-504759/ (дата обращения: 17.03.2020)

162. В Китае прокомментировали запрет на въезд в Россию для китайцев // «Дождь»⁴ (сайт). URL:

https://web.archive.org/web/20220318023223/https://tvrain.ru/teleshov/video/v_kitae_prokomentirovali_zapret_na_vezd_v_rossiju_dlja_kitajtsev-503191/ (дата обращения: 19.02.2020)

163. Мишустин распорядился закрыть границу с Китаем из-за коронавируса // «Дождь»⁴ (сайт). URL:

https://web.archive.org/web/20220808231530/https://tvrain.ru/news/mishustin_rasporjadilsja_zakryt_granitsu_s_kitaem_iz_za_koronavirusa-501988/ (дата обращения: 30.01.2020)

164. Россия ограничит железнодорожное сообщение с Китаем из-за коронавируса // «Дождь»⁴ (сайт). URL:

https://web.archive.org/web/20210227130223/https://tvrain.ru/news/rossija_ogranichit_zheleznodorozhnoe_soobshchenie_s_kitaem_iz_za_virusa-501955/ (дата обращения: 29.01.2020)

Тема «Экономика и бизнес»**Не находящиеся под иностранным влиянием СМИ²**

165. Си Цзиньпин отметил рост товарооборота между Россией и Китаем // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200416/1570149596.html> (дата обращения: 16.04.2020)
166. Россия и Китай готовят Годы научно-технического сотрудничества // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200609/1572677978.html> (дата обращения: 09.06.2020)
167. В Пентагоне оценили сотрудничество России и Китая в области технологий // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200115/1563458849.html> (дата обращения: 15.01.2020)
168. Китай поможет России победить в нефтяной войне // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200402/1569454313.html> (дата обращения: 02.04.2020)
169. Путин пообещал достроить дорогу "Европа – Западный Китай" // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://realty.ria.ru/20191219/1562601049.html> (дата обращения: 19.12.2019)
170. Путин и Си Цзиньпин могут дать старт открытию "Силы Сибири" 2 декабря // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20191125/1561553980.html> (дата обращения: 25.11.2019)
171. Кремль занимается организацией телемоста с участием лидеров России и Китая // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20191120/1561155227.html> (дата обращения: 20.11.2019)
172. Путин считает реальной целью выхода на товарооборот с КНР в \$200 миллиардов // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20191115/1560959317.html> (дата обращения: 15.11.2019)
173. Россия и Китай активизируют работы по проекту "Один пояс - один путь" // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20191003/1559412278.html> (дата обращения: 03.10.2019)
174. Путин и Си Цзиньпин намерены наращивать сотрудничество по углеводородам // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200708/1574065198.html> (дата обращения: 03.10.2019)
175. Россия начала поставки пшеницы в КНР // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20160318/1392220267.html> (дата обращения: 18.03.2016)
176. Во Всемирной туалетной организации сообщили про "кризис" в России // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20191119/1561100736.html> (дата обращения: 19.11.2019)
177. Китай ускоряется на пути к углеродной нейтральности // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20210324/uglerody-1602614350.html> (дата обращения: 24.03.2021)
178. Путин заявил, что АУКУС подрывает региональную стабильность // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20211014/stabilnost-1754481087.html> (дата обращения: 14.10.2021)
179. Си Цзиньпин рассказал об итогах энергетического сотрудничества с Россией // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20211129/kitay-1761265357.html> (дата обращения: 29.11.2021)
180. Путин и Си Цзиньпин дали старт строительству новых атомных блоков в Китае // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20210519/start-1732934480.html> (дата обращения: 19.05.2021)
181. Путин и Си Цзиньпин 19 мая дадут старт строительству атомного объекта // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20210518/tseremoniya-1732732498.html> (дата обращения: 18.05.2021)
182. В январе-сентябре "Газпром" поставил в Китай 7,1 млрд кубометров газа // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20211027/gaz-1756456224.html> (дата обращения: 27.10.2021)
183. Си Цзиньпин считает необходимым обеспечить экологичность "Силы Сибири" // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20191202/1561840568.html> (дата обращения: 02.12.2019)
184. Трубопровод "Сила Сибири" // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20191202/1561736951.html> (дата обращения: 02.12.2019)
185. Путин и Си Цзиньпин в декабре в режиме телемоста запустят "Силу Сибири" // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20191111/1560813875.html?post> (дата обращения: 11.11.2019)
186. Путин рассказал о развитии сотрудничества с Китаем // «РИА Новости» (сайт). URL:

- <https://ria.ru/20190627/1555993082.html> (дата обращения: 27.06.2019)
187. Путин рассчитывает на встречу с Си Цзиньпином на саммитах БРИКС и АТЭС // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190918/1558822191.html> (дата обращения: 18.09.2019)
188. Лавров заявил о беспрецедентной высоте отношений России и Китая // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20210716/partnerstvo-1741465181.html> (дата обращения: 16.07.2021)
189. Посол КНР: товарооборот России и Китая достигнет \$200 млрд к 2024 году // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190814/1557493714.html> (дата обращения: 14.08.2019)
190. Huawei хочет заменить Android российской ОС, пишут СМИ // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190611/1555466924.html> (дата обращения: 11.06.2019)
191. Раз АЭС, два АЭС: Россия и КНР оформили рекордный пакет документов по атому // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20180608/1522378326.html> (дата обращения: 08.06.2018)
192. МТС и Huawei договорились о развитии 5G в России // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190605/1555295921.html> (дата обращения: 05.06.2019)
193. Путин и Си Цзиньпин осмотрели в Кремле внедорожники Naval // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190605/1555301732.html> (дата обращения: 05.06.2019)
194. Россия и Китай подпишут около 30 документов в рамках визита Си Цзиньпина // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190604/1555251707.html> (дата обращения: 04.06.2019)
195. Председатель Китая Си Цзиньпин посетит Россию 5-7 июня // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190529/1555051769.html> (дата обращения: 29.05.2019)
196. Миллер: "западный маршрут" - приоритетный проект работы РФ и КНР // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20141109/1032417907.html> (дата обращения: 09.11.2014)
197. Путин назвал односторонние санкции проявлением протекционизма // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20190426/1553065374.html> (дата обращения: 26.04.2019)
198. Китай предложил китайско-монголо-российский экономический коридор // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20150402/1056051553.html> (дата обращения: 02.04.2015)
199. РФ до конца года планирует договориться о поставках в Китай топлива для АЭС // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20181201/1536931616.html> (дата обращения: 01.12.2018)
200. Новак рассказал о росте поставок энергоресурсов в Китай // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20181201/1536931535.html> (дата обращения: 01.12.2018)
201. ВЭБ и Госбанк развития Китая подписали кредитное соглашение // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20180911/1528292275.html> (дата обращения: 11.09.2018)
202. Путин заявил о росте торгового оборота с Китаем // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20211013/kitay-1754405129.html> (дата обращения: 13.10.2021)
203. Встреча Владимира Путина с Си Цзиньпином "на полях" БРИКС // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20191113/1560893176.html> (дата обращения: 13.11.2019)
204. Россия и Китай договорились об организации перевозок грузов // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20180608/1522353873.html> (дата обращения: 08.06.2018)
205. На российско-китайском ЭКСПО в Харбине представили YotaPhone 3 // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20170616/1496648706.html> (дата обращения: 16.06.2017)
206. Путин поддержал проект "Один пояс — один путь" // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20170515/1494278134.html> (дата обращения: 15.05.2017)
207. КНР призывает Россию активизировать развитие зоны свободной торговли в АТР // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20161120/1481734776.html> (дата обращения: 20.12.2016)
208. Российские производители мороженого увеличивают поставки в Китай // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20200603/1572418367.html> (дата обращения: 03.06.2020)
209. В Пекине открылась ярмарка китайских инвестиций с участием регионов России // «РИА Новости» (сайт). URL: <https://ria.ru/20161020/1479604550.html> (дата обращения: 20.10.2016)

210. Пять пунктов Китая для G20 // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2021/11/11/si-czinpin-prizval-k-istinnomu-multilateralizmu.html> (дата обращения: 11.11.2021)
211. Китай взял курс на "зеленую" экономику // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2021/06/09/kitaj-planiruet-dostignut-uglerodnoj-nejtralnosti-k-2060-godu.html> (дата обращения: 09.06.2021)
212. Атом в силе Лидеры России и Китая дали старт началу строительства новых блоков на двух АЭС // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2021/05/19/lidery-rossii-i-kitaia-dali-start-stroitelstvu-novyh-blokov-dvuh-aes.html> (дата обращения: 19.05.2021)
213. Открытая экономика Си Цзиньпин призвал строить общее будущее для всего мира // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2018/06/21/si-czinpin-prizval-stroit-obshchee-budushchee-dlia-vsego-mira.html> (дата обращения: 21.06.2018)
214. Путин и Си Цзиньпин откроют строительство новых блоков двух АЭС в Китае // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2021/05/18/lidery-rossii-i-knr-primut-uchastie-v-zapuske-stroitelstva-atomnogo-obekta.html> (дата обращения: 18.05.2021)
215. Река по имени Силасибии из России в Китай устремилась новая река // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2019/12/02/reg-ufo/lidery-rossii-i-kitaia-priniali-uchastie-v-zapuske-gazoprovoda-sila-sibiri.html> (дата обращения: 02.12.2019)
216. Путин объявил о выходе отношений России и Китая на самый высокий уровень // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2021/05/19/putin-obiavil-o-vyhode-otnoshenij-rossii-i-kitaia-na-samyj-vysokij-uroven.html> (дата обращения: 19.05.2021)
217. В гостях у инков Владимир Путин провел переговоры с лидерами на полях саммита АТЭС // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2016/11/20/putin-provel-peregovory-s-mirovymi-liderami-na-poliah-sammita-ates.html> (дата обращения: 20.11.2016)
218. Торговля растет Китайская повестка ВЭФ отличается разнообразием // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2019/09/03/reg-dfo/chem-zajmetsia-kitajskaia-delegaciia-na-vef.html> (дата обращения: 03.09.2019)
219. Первое в РФ китайское автопроизводство полного цикла появилось в ЦФО // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2019/06/11/reg-cfo/pod-tuloj-otkrylsia-kitajskij-avtozavod.html> (дата обращения: 11.06.2019)
220. Си Цзиньпин примет участие в работе ПМЭФ-2019 // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2019/05/29/si-czinpin-primet-uchastie-v-rabote-pmef-2019.html> (дата обращения: 29.05.2019)
221. Путин призвал международное сообщество выработать ответ против санкций // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2019/04/26/putin-prizval-mezhdunarodnoe-soobshchestvo-vyrobotat-otvet-protiv-sankcij.html> (дата обращения: 26.04.2019)
222. С Поднебесной на землю Лидеры России и Китая договорились расширять географию сотрудничества // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2018/09/11/rossiia-i-kitaj-dogovorilis-rasshirit-geografiu-sotrudnichestva.html> (дата обращения: 11.09.2018)
223. Путин в третий раз за год встретился с Си Цзиньпином // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2019/11/13/putin-v-tretij-raz-za-god-vstretilsia-s-si-czinpinom.html> (дата обращения: 13.11.2019)
224. Россия и Китай подписали меморандум о создании лунной станции // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2021/03/09/rossiia-i-kitaj-podpisali-memorandum-o-sozdanii-lunnoj-stancii.html> (дата обращения: 03.09.2021)
225. Пояс и Путин Владимир Путин принял участие в форуме "Один пояс, один путь" и сделал заявления по актуальным вопросам // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2019/04/28/putin-iniciativa-odin-pojas-odin-put-imeet-horoshee-budushchee.html> (дата обращения: 28.04.2019)
226. Си Цзиньпин впервые рассказал о способах создания сообщества единой судьбы в АТР

- // «Российская газета» (сайт). URL: <https://rg.ru/2020/11/21/si-czinpin-vpervye-rasskazal-o-sposobah-sozdaniia-soobshchestva-edinoj-sudby-v-atr.html> (дата обращения: 21.11.2020)
227. Курганская область начнет поставлять пшеницу в Китай к осени 2019 года // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ural-news/6712235> (дата обращения: 29.07.2019)
228. Китай присоединится к Соглашению о партнерстве в области цифровой экономики // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/12807365> (дата обращения: 30.10.2021)
229. Китай намерен выполнить обязательства по достижению углеродной нейтральности к 2060 году // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/12807853> (дата обращения: 30.10.2021)
230. Путин заявил, что создание AUKUS подрывает региональную стабильность // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/12658407> (дата обращения: 14.10.2021)
231. Путин в телеграмме Си Цзиньпину выразил уверенность в наращивании сотрудничества // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/12552781> (дата обращения: 01.10.2021)
232. Си Цзиньпин считает сотрудничество с Россией в атомной сфере приоритетным направлением // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/11411559> (дата обращения: 19.05.2021)
233. Путин и Си Цзиньпин дали старт началу строительства новых энергоблоков на двух АЭС в Китае // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/11411009> (дата обращения: 19.05.2021)
234. Си Цзиньпин предложил создать более открытую систему глобального энергоуправления // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/11410969> (дата обращения: 19.05.2021)
235. Путин и Си Цзиньпин дадут старт строительству новых блоков АЭС в КНР // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/11407251> (дата обращения: 19.05.2021)
236. Путин и Си Цзиньпин 19 мая примут участие в церемонии начала возведения атомного объекта // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/11397005> (дата обращения: 18.05.2021)
237. Миллер назвал "Силу Сибири" стержнем развития газотранспортной системы востока России // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7294621> (дата обращения: 8.12.2019)
238. Россия начала поставки газа в Китай по газопроводу "Сила Сибири" // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7242223> (дата обращения: 02.12.2019)
239. Си Цзиньпин призвал обеспечить безопасность, надежность и экологичность "Силы Сибири" // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/7242187> (дата обращения: 02.12.2019)
240. Как устроен газопровод "Сила Сибири" и что даст его запуск // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7241029> (дата обращения: 02.12.2019)
241. Путин и Си Цзиньпин в режиме телемоста запускают в эксплуатацию газопровод "Сила Сибири" // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7239417> (дата обращения: 02.12.2019)
242. Путин и Си Цзиньпин откроют поставки российского газа по "Силе Сибири" 2 декабря // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7228719> (дата обращения: 29.11.2019)
243. "Газпром" полностью готов к поставкам газа в Китай // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7225837> (дата обращения: 29.11.2019)
244. Путин и Си Цзиньпин примут участие в запуске "Силы Сибири" // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7192527> (дата обращения: 25.11.2019)
245. Кремль готовит телемост, чтобы лидеры РФ и КНР приняли участие в запуске "Силы Сибири" // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7160187> (дата обращения: 20.11.2019)
246. МИД КНР назвал "Силу Сибири" стратегическим проектом по сотрудничеству Китая и России // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7103830> (дата обращения: 12.11.2019)

247. Путин и Си Цзиньпин в декабре по телемосту запустят "Силу Сибири" // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7101572> (дата обращения: 11.11.2019)
248. Путин: РФ и Китай с опережением реализуют все планы сотрудничества в различных сферах // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/6927062> (дата обращения: 25.09.2019)
249. Путин надеется на встречи с председателем КНР на саммитах БРИКС и АТЭС в ноябре // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/6900499> (дата обращения: 18.09.2019)
250. Лавров: Россия и Китай начали реализацию задач июньского заявления Путина и Си Цзиньпина // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/6881579> (дата обращения: 13.09.2019)
251. Путин отметил вклад Китая в экономическое развитие российского Дальнего Востока // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6846478> (дата обращения: 05.09.2019)
252. Центр китайских исследований открыли в ДВФУ на острове Русский // «ТАСС» (сайт). URL: <https://nauka.tass.ru/nauka/6840702> (дата обращения: 04.09.2019)
253. Центр изучения Китая откроется на базе ДВФУ // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/obschestvo/6834696> (дата обращения: 03.09.2019)
254. Посол КНР: Китай и Россия к 2024 году намерены достичь товарооборота в \$200 млрд // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6761153> (дата обращения: 14.08.2019)
255. Китай направит делегацию высокого уровня на ВЭФ // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/6787127> (дата обращения: 22.08.2019)
256. Курганская область заинтересована в поставках сельхозкультур в Китай // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ural-news/6560614> (дата обращения: 18.06.2019)
257. Huawei может установить российскую операционную систему на свои смартфоны // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6537125> (дата обращения: 11.06.2019)
258. Открытие завода Naval в Туле служит стимулом для укрепления сотрудничества Китая и России // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/press-relizy/6524524> (дата обращения: 07.06.2019)
259. Москва и Пекин договорились о строительстве нескольких энергоблоков дизайна РФ // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6524025> (дата обращения: 07.06.2019)
260. Встреча Путина и Си Цзиньпина с участниками II Российско-Китайского энергетического форума // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6522213> (дата обращения: 07.06.2019)
261. Медведев и Си Цзиньпин обсудят торгово-экономическое сотрудничество России и Китая // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6513442> (дата обращения: 06.06.2019)
262. Путин на ПМЭФ встретится с рядом лидеров, главами мировых информагентств и инвесторами // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6513437> (дата обращения: 06.06.2019)
263. Россия и Китай подписали меморандум о создании венчурного фонда на \$1 млрд // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6513419> (дата обращения: 06.06.2019)
264. Путин и Си Цзиньпин осмотрели внедорожники Naval и уехали из Кремля на лимузине Aurus // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/6513026> (дата обращения: 06.06.2019)
265. Россия и Китай выступают против валютного шантажа на международном рынке // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/6512778> (дата обращения: 06.06.2019)
266. Путин и Си Цзиньпин приняли заявления по партнерству РФ и Китая и по международным темам // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/6511921> (дата обращения: 05.06.2019)
267. МТС и Huawei подписали соглашение о развитии 5G в России // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6512073> (дата обращения: 06.06.2019)
268. Россия и Китай создадут научно-технический инновационный фонд объемом \$1 млрд // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6511955> (дата обращения: 05.06.2019)
269. Путин: высокий уровень отношений России и Китая дает эффективные конкурентные

- преимущества // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/6511016> (дата обращения: 05.06.2019)
270. Путин и Си Цзиньпин 5 июня ознакомятся с машинами российского завода Great Wall // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6506643> (дата обращения: 04.06.2019)
271. В ходе госвизита Си Цзиньпина в Россию планируется подписать пакет из 30 документов // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6506733> (дата обращения: 04.06.2019)
272. Песков: Путин готовится к выступлению на ПМЭФ и переговорам с председателем Китая // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/6501388> (дата обращения: 03.06.2019)
273. Китай и Россия подпишут около 30 документов в ходе визита Си Цзиньпина в РФ // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/6487482> (дата обращения: 30.05.2019)
274. Путин предложил продолжить унификацию экономической политики в ЕАЭС // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6483369> (дата обращения: 29.05.2019)
275. Си Цзиньпин нанесет визит в Россию и примет участие в ПМЭФ // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/6482995> (дата обращения: 29.05.2019)
276. Миллер: "Западный" маршрут поставок газа в Китай станет самым перспективным коридором // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6386720> (дата обращения: 28.04.2019)
277. Путин: международное сообщество должно выработать ответ на проявления протекционизма // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6379414> (дата обращения: 26.04.2019)
278. Си Цзиньпин призвал ускорить создание экономического коридора Китай - Монголия - Россия // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6376830> (дата обращения: 25.04.2019)
279. Китай приветствует визит Путина в Пекин и его участие в форуме "Пояса и пути" // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/6374752> (дата обращения: 25.04.2019)
280. Путин рассчитывает, что соглашение ЕАЭС и КНР вступит в силу в ближайшие месяцы // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6373817> (дата обращения: 25.04.2019)
281. Новые технологии и выход на глобальные рынки станут основными темами ПМЭФ-2019 // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6507097> (дата обращения: 04.06.2019)
282. Лавров высоко оценил перспективы сотрудничества России и Китая в экономической сфере // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6004912> (дата обращения: 16.01.2019)
283. Россия и Китай обсудили совместную подготовку к деловым мероприятиям в 2019 году // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/novosti-partnerov/5962131> (дата обращения: 28.12.2018)
284. Новак рассчитывает до конца года заключить контракт на поставку в Китай топлива для АЭС // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5858747> (дата обращения: 01.12.2018)
285. Новак: поставки российского угля в Китай вырастут на 8,4% по итогам года // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5858726> (дата обращения: 01.12.2018)
286. Путин предложил Си Цзиньпину стать главным гостем на ПМЭФ // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5858435> (дата обращения: 01.12.2018)
287. В КНР заявили о готовности вывести энергетическое сотрудничество с Россией на новую высоту // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5848929> (дата обращения: 29.11.2018)
288. Медведев призвал РФ и КНР защищать существующие торговые режимы // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5756507> (дата обращения: 05.11.2018)
289. В Китае высоко оценили предложение РФ участвовать в проектах Северного морского пути // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5694434> (дата обращения: 19.10.2018)
290. Путин заявил, что РФ займет освободившиеся от США торговые ниши в КНР // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5691339> (дата обращения: 18.10.2018)

291. Рост поставок "Газпрома" в КНР по "Силе Сибири" может составить 5-10 млрд куб. м в год // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5638253> (дата обращения: 04.10.2018)
292. "Газпром" и Китай активизировали переговоры по "западному маршруту" // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5637410> (дата обращения: 04.10.2018)
293. Путин: РФ и КНР могут выйти на новые рубежи сотрудничества с более амбициозными целями // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/5577900> (дата обращения: 18.09.2018)
294. Инвестиции, офшоры, сотрудничество с соседями. Во Владивостоке открылся ВЭФ-2018 // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5551225> (дата обращения: 11.09.2018)
295. Товарооборот Хабаровского края и КНР за полгода составил \$1 млрд // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5551172> (дата обращения: 11.09.2018)
296. Путин: Москва рассчитывает на расширение авиасообщения между КНР и регионами России // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5550968> (дата обращения: 11.09.2018)
297. Банк развития Китая предоставит ВЭБ кредит объемом до 12 млрд юаней // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5550701> (дата обращения: 11.09.2018)
298. ВЭБ и Банк развития Китая подписали соглашение о предоставлении кредита в 12 млрд юаней // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5550488> (дата обращения: 11.09.2018)
299. Путин проведет переговоры с лидером КНР, встречу с бизнесменами и посетит завод "Звезда" // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5547680> (дата обращения: 11.09.2018)
300. Россия и Китай подпишут документы о сотрудничестве в рамках ВЭФ // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5533885> (дата обращения: 07.09.2018)
301. РФ и Китай на ВЭФ подпишут программу сотрудничества Дальнего Востока и Северо-Востока КНР // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5475609> (дата обращения: 21.08.2018)
302. В Китае считают, экономические связи Москвы и Пекина увеличиваются в объеме // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5460869> (дата обращения: 15.08.2018)
303. Путин надеется, что РФ и Китай выйдут на рубеж торгового оборота в \$100 млрд в этом году // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5460833> (дата обращения: 15.08.2018)
304. Путин проводит встречу с Си Цзиньпином на полях саммита БРИКС в ЮАР // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/5407274> (дата обращения: 27.07.2018)
305. Путин оценил итоги визита в Китай // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5280999> (дата обращения: 10.06.2018)
306. РЖД и "Китайские железные дороги" подписали меморандум о скоростных ж/д перевозках // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5276212> (дата обращения: 08.06.2018)
307. РФ и Китай подписали соглашение о международном автомобильном сообщении // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5275158> (дата обращения: 08.06.2018)
308. Госбанк развития Китая предоставит ВЭБ 600 млрд руб. на совместные проекты // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5275338> (дата обращения: 08.06.2018)
309. Роскосмос подписал меморандум о сотрудничестве с КНР в освоении Луны и дальнего космоса // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/kosmos/5275168> (дата обращения: 08.06.2018)
310. Путин выразил уверенность в достижимости планки товарооборота в \$100 млрд в год с КНР // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5237254> (дата обращения: 26.05.2018)
311. Заседания Высшего Евразийского экономического совета. Досье // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/info/5197087> (дата обращения: 14.05.2018)
312. МИД КНР: под руководством Путина Россия достигнет новых успехов в экономическом

- развитии // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/5180520> (дата обращения: 07.05.2018)
313. Путин надеется, что РФ и Китай продолжат курс на укрепление дружбы и экономических связей // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/5099131> (дата обращения: 05.04.2018)
314. В рамках Годов межрегионального сотрудничества России и Китая пройдут сотни мероприятий // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/4951935> (дата обращения: 13.02.2018)
315. Вице-премьеры РФ и КНР обсудили торговлю, инвестиции и инфраструктурное сотрудничество // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4936010> (дата обращения: 07.02.2018)
316. Товарооборот России и Китая может достичь \$66 млрд в 2017 году // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4770060> (дата обращения: 29.11.2017)
317. Посол КНР: РФ стала ключевым партнером Китая в рамках инициативы "Один пояс - один путь" // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/4727132> (дата обращения: 14.11.2017)
318. Россия и Монголия подпишут программу о создании экономического коридора в 2018 году // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4538469> (дата обращения: 06.09.2017)
319. Инвестиции, безопасность и борьба с коррупцией обсуждались на саммите БРИКС // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4530910> (дата обращения: 04.09.2017)
320. Студентов МАИ будут готовить в Шанхае для совместного проекта широкофюзеляжного самолета // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4529990> (дата обращения: 04.09.2017)
321. Саммит БРИКС в Китае продолжил работу в расширенном составе // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4528970> (дата обращения: 04.09.2017)
322. Лидеры БРИКС собрались на первую сессию саммита в Сямэне // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4528912> (дата обращения: 04.09.2017)
323. РФ и КНР планируют произвести не менее 200 тяжелых вертолетов совместного проекта // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4520897> (дата обращения: 31.08.2017)
324. Китайско-французская компания может создать кресло пилота российско-китайского самолета // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4471337> (дата обращения: 09.08.2017)
325. Китайская SEFC получит опцию по покупке доли в розничном бизнесе "Роснефти" // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4386923> (дата обращения: 04.07.2017)
326. "Синара" и китайская CRRC договорились о создании СП по выпуску поездов для ВСМ // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4386902> (дата обращения: 04.07.2017)
327. Путин и Си Цзиньпин обсудили международную проблематику, политическое взаимодействие, ВТС // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/4386169> (дата обращения: 04.07.2017)
328. Си Цзиньпин: торгово-экономические связи КНР и РФ имеют огромный потенциал // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4381931> (дата обращения: 03.07.2017)
329. МИД КНР: в ходе визита Си Цзиньпина в РФ стороны подпишут контракты на сумму \$10 млрд // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4373242> (дата обращения: 29.06.2017)
330. Си Цзиньпин посетит РФ 3-4 июля, обсудит с Путиным весь комплекс сотрудничества // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/politika/4372195> (дата обращения: 28.06.2017)
331. В Харбине завершилось российско-китайское ЭКСПО // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4347976> (дата обращения: 19.06.2017)
332. Презентацией YotaPhone 3 завершился второй день Российско-китайского ЭКСПО в Харбине // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4344312> (дата обращения: 19.06.2017)

17.06.2017)

333. К разработке российско-китайского лайнера могут быть привлечены третьи страны // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4340086> (дата обращения: 15.06.2017)

334. Путин: проект "Один пояс - один путь" вносит стабильность в мировую экономику // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4252211> (дата обращения: 15.05.2017)

335. Си Цзиньпин призвал содействовать либерализации в торговле и инвестициях // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4251337> (дата обращения: 15.05.2017)

336. Путин призвал Ли Кэцзяна сохранить тенденцию роста в торгово-экономических связях РФ и КНР // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4250615> (дата обращения: 14.05.2017)

337. Международный экономический форум "Один пояс - один путь" открывается в Пекине // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4249983> (дата обращения: 14.05.2017)

338. Рогозин: негативная тенденция в товарообороте между РФ и КНР переломлена // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4135861> (дата обращения: 29.03.2017)

339. Минэкономразвития и участники рынка раскритиковали претензии ФАС к крупным концессиям // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4066392> (дата обращения: 03.03.2017)

340. Главгосэкспертиза согласовала строительство моста через Амур между РФ и КНР // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3974503> (дата обращения: 26.01.2017)

341. Си Цзиньпин: РФ и КНР должны содействовать созданию зоны свободной торговли в АТР // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3798355> (дата обращения: 20.11.2016)

342. Инновационная инфраструктура в Большой Евразии // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3715571> (дата обращения: 19.10.2016)

343. Поставки российского мороженого в Китай резко выросли после подарка Путина Си Цзиньпину // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3659468> (дата обращения: 28.09.2016)

344. РФ, КНР и Монголия подпишут соглашение о создании транспортного коридора до конца года // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3659019> (дата обращения: 28.09.2016)

345. Россия изучает возможности экспорта мороженого в Китай через площадку Alibaba // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3599323> (дата обращения: 07.09.2016)

346. Представители более 20 российских регионов примут участие в ярмарке инвестиций в Китае // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3636739> (дата обращения: 20.09.2016)

Находящиеся под иностранным влиянием СМИ¹²

347. Газпром начал поставки газа в Китай // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20191202184716/https://echo.msk.ru/news/2547453-echo.html> (дата обращения: 12.02.2019)

348. «Газпром» запустил «Силу Сибири» в Китай, а «Ростех» создаст вертолетного оператора // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20191203154247/https://echo.msk.ru/blog/business_today/2547587-echo/ (дата обращения: 12.02.2019)

349. Россия и Китай запустили газопровод «Сила Сибири» // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20191202184501/https://echo.msk.ru/news/2547363-echo.html> (дата обращения: 12.02.2019)

350. Владимир Путин и Си Цзиньпин дали старт поставкам российского газа в Китай по газопроводу «Сила Сибири» // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20191202164651/https://echo.msk.ru/news/2547307-echo.html> (дата обращения: 12.02.2019)

351. Huawei может перейти на российскую операционную систему «Аврора» // «Эхо

- Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20190611083150/https://echo.msk.ru/news/2443203-echo.html> (дата обращения: 06.11.2019)
352. Путин: Россия и Китай будут развивать использование национальных валют в двусторонней торговле // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20220302185019/https://echo.msk.ru/news/2439717-echo.html> (дата обращения: 06.05.2019)
353. Путин и Си Цзиньпин в формате видеоконференции дали старт строительству новых энергоблоков на двух АЭС в Китае // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20210519171459/https://echo.msk.ru/news/2840792-echo.html> (дата обращения: 19.05.2021)
354. Лидеры России и Китая сегодня дадут старт новому проекту в ядерной энергетике // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20210518053742/https://echo.msk.ru/news/2839838-echo.html> (дата обращения: 18.05.2021)
355. Лидеры России и Китая, как сообщили в Пекине, завтра запустят совместный ядерный проект // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20210623014318/https://echo.msk.ru/news/2839798-echo.html> (дата обращения: 18.05.2021)
356. Председатель КНР поздравил работников аэрокосмической отрасли с успешной посадкой первого китайского марсохода на Марс // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20210515075006/https://echo.msk.ru/news/2838346-echo.html> (дата обращения: 15.05.2021)
357. Российские власти потребовали закупить для переписи населения отечественные планшеты вместо китайских // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20191219173259/https://echo.msk.ru/news/2557177-echo.html> (дата обращения: 19.12.2019)
358. Россия будет поставлять в Китай пшеницу и возможно пресную воду // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20160505231602/http://echo.msk.ru:80/news/1758726-echo.html> (дата обращения: 03.05.2016)
359. Выход на рынок новой, третьей модели российского смартфона Йота-фон откладывается // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20170314133527/http://echo.msk.ru/news/1944214-echo.html> (дата обращения: 14.03.2017)
360. В Китае задержан глава энергетической компании CEFC Е Цзяньмин // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20180302170050/https://echo.msk.ru/news/2157670-echo.html> (дата обращения: 02.03.2017)
361. Россия временно запретила ввоз цитрусовых из Китая // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20191231025946/https://echo.msk.ru/news/2563353-echo.html> (дата обращения: 31.12.2019)
362. Россельхознадзор запретил ввозить из Китая некоторые виды рыб и креветок // «Эхо Москвы»³ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20191231191421/https://echo.msk.ru/news/2563763-echo.html> (дата обращения: 31.12.2019)
363. Путин пригласил крупный китайский бизнес на Дальневосточный экономический форум // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20150711170623/https://tvrain.ru/news/putin_priglasil_krupnyj_kitajskij_biznes_na_dalnev-390661/ (дата обращения: 07.08.2015)
364. Россия и Китай подписали меморандум о поставках газа через Алтай // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20150420203722/https://tvrain.ru/news/rossija_i_kitaj_podpisali_memorandum_o_p_ostavkah_gaza_cherez_altaj-377823/ (дата обращения: 11.09.2014)

365. Ядерный союз России и Китая: зачем Путину и Си Цзиньпину нужны новые атомные проекты // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220428220009/https://tvrain.ru/teleshov/here_and_now/jadernyj_sojuz_rossii_i_kitaja-530245/ (дата обращения: 19.05.2021)
366. Путин пригласил крупный китайский бизнес на Дальневосточный экономический форум // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220320174120/https://tvrain.ru/news/putin_priglasil_krupnyj_kitajskij_biznes_na_dalnev-390661/ (дата обращения: 07.08.2015)
367. Товарооборот России и Китая увеличится вдвое // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220909160415/https://tvrain.ru/news/tovarooborot_rossii_i_kitaja_uvelichitsja_vdvoe-368909/ (дата обращения: 21.05.2014)
368. «Газпром» и китайская CNPC подписали контракт о поставках газа в Китай // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220909160628/https://tvrain.ru/news/gazprom_podpisal_kontrakt_o_postavkah_gaza_v_kitaj-368728/ (дата обращения: 21.05.2014)
369. Главу РЖД госпитализировали в Китае // «Дождь»⁴ (сайт). URL: <https://web.archive.org/web/20220321231448/https://tvrain.ru/news/gospitalizirovali-434666/> (дата обращения: 15.05.2017)
370. The Bell: Android в смартфонах Huawei может сменить российская «Аврора» // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220427171620/https://tvrain.ru/news/the_bell_android_v_smartfonah_huawei_mozhet_smenit_rossijskaja_avrora-487444/ (дата обращения: 11.06.2019)
371. «Эти ребята ставят на автократию»: Байден высказался о Путине, Си Цзиньпине и «Северном потоке-2» // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220430060139/https://tvrain.ru/teleshov/vecheree_shou/biden-534509/ (дата обращения: 22.07.2021)
372. Reuters: Россия может закупить у Huawei 360 тысяч планшетов для переписи населения // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220317075858/https://tvrain.ru/news/reuters_rossija_mozhet_zakupit_u_huawei_360_tysjach_planshetov_dlja_perepisi_naselenija-492288/ (дата обращения: 26.08.2019)
373. Россия присоединится к Азиатскому банку инфраструктурных инвестиций // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220319191409/https://tvrain.ru/news/rossija_prisoedinitjsja_k_aziatskomu_banku_infrastrukturyh_investitsij-384699/ (дата обращения: 28.03.2015)
374. Китай отложил подписание газового контракта с Россией // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220319192547/https://tvrain.ru/news/kitaj_otlozhil_podpisanie_gazovogo_kontrakta_s_rossiej-368719/ (дата обращения: 21.05.2014)
375. Reuters: Россия может закупить у Huawei 360 тысяч планшетов для переписи населения // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220319002500/https://tvrain.ru/news/reuters_rossija_mozhet_zakupit_u_huawei_360_tysjach_planshetov_dlja_perepisi_naselenija-492288/ (дата обращения: 26.08.2019)
376. Путин сыграл на рояле пока ждал встречи с председателем КНР // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220315062813/https://tvrain.ru/teleshov/videooftheday/putin_royal-434571/ (дата обращения: 14.05.2017)
377. Путин пригласил крупный китайский бизнес на Дальневосточный экономический форум // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220320174120/https://tvrain.ru/news/putin_priglasil_krupnyj_kitajskij_biznes_na_dalnev-390661/ (дата обращения: 08.07.2015)
378. Как российские компании пытаются получить китайские деньги // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220809105116/https://tvrain.ru/teleshov/vedomosti_na_dozhde/kak_rossijskie_kompanii_pytajutsja_poluchit_kitajskie_dengi-434571/

mpanii pytajutsja poluchit kitajs-387200/ (дата обращения:12.05.2015)

379. Леонид Григорьев, завкафедрой мировой экономики ВШЭ: сам факт подписания контракта с Китаем важнее цены на газ // «Дождь»⁴ (сайт). URL: https://web.archive.org/web/20220307211722/https://tvrain.ru/teleshov/here_and_now/leonid_grigorev_zavkafedroj_mirovoj_ekonomiki_vshe_sam_fakt_podpisanija_kontrakta_s_kitaem_vazhnee_tseny_na_gaz-368735/ (дата обращения:21.05.2014)

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ

¹ Следует обратить внимание на то, что исследуемые СМИ, находящиеся под иностранным влиянием и нарушающие действующее законодательство РФ¹² – Телеканал «Дождь»⁴ и «Эхо Москвы»³.

В качестве примеров нами были отобраны новости с сайта «Дождь»⁴ до 2020 г., с сайта «Эхо Москвы»³ до 2021 г. Телеканал «Дождь»⁴ с 20.08.2021 г. включен в реестр (номер 248) иноагентов (reestr-inostrannyih-agentov-30062023.3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru)), с 2022 г. заблокирован за нарушения законодательства РФ (<https://tass.ru/obschestvo/16681685?ysclid=ljye1pban2210098347>; <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/mass-media/news?item=72091859>).

Главный редактор издания «Эхо Москвы»³ — А. А. Венедиктов с 22. 04. 2022 включен в реестр (номер 369) иноагентов (reestr-inostrannyih-agentov-30062023.3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru)). Но сам информационный ресурс «Эхо Москвы»³ иноагентом не признан. Доступ к ресурсу «Эхо Москвы»³ ограничен с 2022 г. из-за нарушения законодательства РФ. См.

<https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/search?article=72091859> <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74112.htm>; <https://tass.ru/obschestvo/13922993?ysclid=ljqxskabv889368406>. Следует обратить внимание на то, что хотя «Эхо Москвы»³ иноагентом не признан, но его главный редактор и сотрудничавшие лица (например, А.В. Плющев, номер в реестре 462 и т. д.) были признаны иноагентами, поэтому данное издание находится под иностранным влиянием¹².

² Здесь необходимо обратить внимание на то, что в нашей работе СМИ, которые находятся под иностранным влиянием («Эхо Москвы»³ и «Дождь»⁴), нарушают законодательство РФ¹², а СМИ, которые не находятся под иностранным влиянием («РИА Новости», «Тасс», «Российская газета»), соблюдают законодательство РФ².

³ Исследуемые нами новости были опубликованы на сайте «Эхо Москвы»³ до 2021 года. Главный редактор радиостанции «Эхо Москвы»³ (1998–2022) с 22.04.2022 г. включен в реестр иноагентов (номер 369). См. reestr-inostrannyih-agentov-30062023.3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru). Но сам информационный ресурс «Эхо Москвы»³ иноагентом не признан. Доступ к ресурсу «Эхо Москвы»³ ограничен с 2022 г. из-за нарушения законодательства РФ. См.

<https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/search?article=72091859> <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74112.htm>; <https://tass.ru/obschestvo/13922993?ysclid=ljqxskabv889368406>. Следует обратить внимание на то, что хотя «Эхо Москвы»³ иноагентом не признан, но его главный редактор и сотрудничавшие лица (например, А.В. Плющев, номер в реестре 462 и т. д.) были признаны иноагентами, поэтому данное издание находится под иностранным влиянием¹².

⁴ Нами были отобраны новости для исследования с сайта «Дождь»⁴ до 2020 г. Телеканал «Дождь»⁴ с 20.08.2021 г. включен в реестр (номер 248) иноагентов (reestr-inostrannyih-agentov-30062023.3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru)), с 2022 г. заблокирован за нарушения законодательства РФ (<https://tass.ru/obschestvo/16681685?ysclid=ljye1pban2210098347>; <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/mass-media/news?item=72091859>).

⁵ Русский перевод работы «О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества» был переиздан в 1984 г. Здесь и далее цитируется данное переиздание.

⁶ Русский перевод труда «Курс общей лингвистики» был переиздан в 1998 г. Здесь и далее цитируется данное переиздание.

⁷ Статья Л. В. Щербы «О тройном аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании» была впервые опубликована в 1931 году. Здесь и далее мы обращаемся к переизданию 1974 года.

⁸ Монография Э. Косериу «Синхрония, диахрония и история» была впервые опубликована в 1958 году. Русский перевод вышел в 1963 году.

⁹ 28.06.2023 г. генеральная прокуратура РФ приняла решение о признании деятельности издания «Новая Газета» нежелательной на территории РФ. Здесь мы только упоминали эту организацию с указанием ее статуса, не цитируем созданные ей материалы.

* Следует указать, что наше исследование было проведено с 2019 по 2022 г. В частности, отбор и анализ материала завершены до 2021 г., когда информационные ресурсы «Эхо Москвы»³ и «Дождь»⁴ не были заблокированы за нарушения законодательства РФ. Опубликованные нами результаты исследования в журналах ВАК могут доказать реальность исследуемых материалов. В соответствии с действующим законодательством РФ в данной работе обозначен действующий статус этих изданий в специальных сносках.

¹⁰ Данное сообщение было создано находящимся под иностранным влиянием и нарушающим законодательство РФ СМИ¹² «Эхо Москвы»³, главный редактор которого включен в реестр иноагентов в апреле 2022 года. Сам информационный ресурс «Эхо Москвы»³ иноагентом не признан. Доступ к ресурсу «Эхо Москвы»³ ограничен с 2022 г. из-за нарушения законодательства РФ.

¹¹ Данное сообщение было создано находящимся под иностранным влиянием и нарушающим законодательство РФ СМИ¹² «Дождь»⁴, признанным иноагентом, который включен в реестр иноагентов в августе 2021 года. Доступ к ресурсу «Дождь»⁴ ограничен с 2022 г. из-за нарушения законодательства РФ.

SAINT-PETERSBURG UNIVERSITY

Manuscript copyright

Wu Xiaohong

**SPEECH STRATEGIES AND MEANS OF THEIR IMPLEMENTATION IN
RUSSIAN MEDIA TEXTS COVERING THE INTERNATIONAL ACTIVITIES
OF V. PUTIN AND XI JINPING**

Dissertation

For a scientific degree of
Candidate of Philological Sciences

Translation from Russian

Scientific specialty 5.9.5. Russian language. Languages of the peoples of Russia

Scientific advisor:

Doctor of Philology, Associate Professor

Benevolenskaya Nonna Petrovna

Saint Petersburg

2023

CONTENTS

INTRODUCTION	4
CHAPTER 1. THEORETICAL FOUNDATIONS FOR STUDYING THE IMPLEMENTATION OF SPEECH STRATEGIES IN MEDIA TEXTS	13
1.1 <i>Modern linguistic approaches to the study of text as a speech work</i>	13
1.1.1 The pragmatic aspect of research as a prerequisite for studying the text	13
1.1.2 Cognitive-discursive approach to the study of text	29
1.2 <i>The main provisions of the study of speech strategies</i>	33
1.2.1 Definition of speech strategies and tactics	33
1.2.2 Speech strategies and intention	38
1.2.3 The problem of classification of speech strategies	41
1.3 <i>Media text and its communicative specifics</i>	46
1.3.1 <i>Mass medium and SMI</i>	46
1.3.2 Media text as an object of linguistic research (within the framework of pragmatic and cognitive-discursive approaches)	48
1.3.3 Term media text hyperaddresser	50
1.3.4 The role of the addressee in the creation of the media text	57
1.3.4.1 Counter intention of the addressee	57
1.3.4.2 The term hyperaddress	58
1.4 <i>The study of media text as a tool for influencing people's consciousness</i>	61
Conclusions	63
CHAPTER 2. SPEECH STRATEGIES AND WAYS OF THEIR IMPLEMENTATION IN RUSSIAN MEDIA TEXTS	67
2.1 <i>Description and analysis of material by editions</i>	67
2.1.1 Hyperaddresser's intention by editions	67
2.1.2 Counter intention of the hyperaddressee by publications	69
2.2 <i>Speech strategies and ways of their implementation in media texts from the section "Culture"</i>	72
2.2.1 Speech strategies and tactics in media texts not under foreign influence on the topic "Culture"	74
2.2.2 Speech strategies and tactics in media texts under foreign influence on the topic "Culture"	88
2.3 <i>Speech strategies and ways of their implementation in media texts from the heading "Medicine"</i>	96

2.3.1 Speech strategies and tactics in texts not under foreign media influence on the topic "Medicine"-----	98
2.3.2 Speech strategies and tactics in media texts under foreign influence on the topic "Medicine"-----	108
<i>2.4 Speech strategies and ways of their implementation in media texts under the heading "Economics and Business"-----</i>	<i>113</i>
2.4.1 Speech strategies and tactics in media texts not under foreign influence on the topic "Economy and business"-----	115
2.4.2 Speech strategies and tactics in media texts under foreign influence on the topic "Economy and business"-----	127
<i>2.5 The category of certainty/uncertainty in Russian media texts-----</i>	<i>135</i>
Conclusions-----	137
CONCLUSION-----	145
LIST OF LITERATURE-----	152
LIST OF USED DICTIONARIES AND OTHER RESOURCES-----	170
APPENDIX 1-----	174
APPENDIX 2-----	180
APPENDIX 3-----	184
APPENDIX 4-----	191
SYMBOLS USED-----	214

INTRODUCTION

Due to the rapid development of information technology, the media occupy a special place in our lives. Every day we learn the latest news from newspapers, radio, television and Internet resources. In the process of mass communication, the influence on the consciousness of the addressee is carried out with the help of media texts, which are characterized by a unilinear focus of information impact on the mass audience and consistent with the intent of the addressees. In this regard, our study considers the text of the media as a holistic speech act in mass communication, and analyzes the intentions, speech situations and the conditions of language use in the process of text generation. An important link involved in the implementation of the addressee's intention and the impact on the addressee are speech strategies. However, despite the fact that the concept of speech strategies is characterized by interdisciplinarity and is studied in various aspects, it is not studied enough and many issues still remain debatable, such as: a single definition of speech strategies, the classification of speech strategies especially on the material of the Russian media, etc. All of the above determines the **relevance** of this study, which is devoted to the analysis of speech strategies and methods of their implementation, used by the addressee in the texts of the Russian media.

The **object** of the study were the texts of the Russian media.

The **subject** of the study is speech strategies and ways of their implementation in the media texts selected for analysis, covering the international activities of Vladimir Putin and Xi Jinping.

The following hypothesis is put forward in the work: when creating a news text, the author and the publication have a common intention, act as a single hyperaddresser. The nature and frequency of the use of speech strategies used by the hyperaddresser in the text depends on his intention, which in turn is related to the direction of the media. In the Russian media that are not under foreign influence² and comply with the legislation of the Russian Federation (hereinafter referred to as the

media not under foreign influence)², a constructive concept of creation is being created - strengthening friendship and cooperation between China and Russia, and in other media that are under foreign influence¹² and violating the legislation of the Russian Federation (hereinafter referred to as the media under foreign influence)^{1 2}, a destructive concept is being formed, which we conditionally called the “concept of destruction” of cooperation between China and Russia.

The **purpose** of this work is to highlight the speech strategies used in mass communication based on an integrated approach, distribute them according to the frequency of implementation of hyperaddressers' intentions in various situations, taking into account the characteristics of speech impact and the principles of communication, and also, based on linguistic data, to characterize ways implementation of speech strategies in Russian media texts that are not/are under foreign influence² and cover the international activities of V. Putin and Xi Jinping.

In order to achieve the goal of the study, the following **tasks** were set:

1) To form a theoretical basis for the study of speech strategies in media texts, to study works devoted to the concepts of "text", "speech act", "addressee", "addresser", "media text", "speech strategy and tactics", "intention".

¹ It should be noted that the studied media, which are under foreign influence and violate the current legislation of the Russian Federation, are Dozhd TV Channel⁴ and Echo Moskvyy³.

As examples, we selected news from the Dozhd ⁴website until 2020, from the Echo Moskvyy website³ until 2021.

The Dozhd TV channel⁴ has been included in the register (number 248) of foreign agents since August 20, 2021 (reestr-inostrannyih-agents-30062023_3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru)), since 2022 it has been blocked for violations of the legislation of the Russian Federation (<https://tass.ru/obschestvo/16681685?ysclid=ljye1pban2210098347>; <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/mass-media/news?item=72091859>).

The editor-in-chief of Echo Moskvyy³, A. A. Venediktov, has been included in the register (number 369) of foreign agents since April 22, 2022 (reestr-inostrannyih-agentov-30062023_3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru)). But the Echo Moskvyy³ information resource itself was not recognized by a foreign agent. Access to the Echo Moskvyy³ resource has been limited since 2022 due to violations of Russian law. See <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/search?article=72091859> <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74112.htm>; <https://tass.ru/obschestvo/13922993?ysclid=ljqxska6v889368406>. It should be noted that although Echo Moskvyy³ was not recognized as a foreign agent, its editor-in-chief and collaborators (for example, A.V. Plyushchev, registry number 462, etc.) were recognized as foreign agents, therefore this publication is under foreign influence.

² Here it is necessary to pay attention to the fact that in our work the studied media that are under foreign influence (“Echo of Moscow”³ and “Rain”⁴) violate the legislation of the Russian Federation, and the media that are not under foreign influence (“RIA Novosti” , "Tass", "Rossiyskaya Gazeta"), comply with the legislation of the Russian Federation.

2) Analyze the pragmatic basis of media texts and note the need for a cognitive-discursive approach to the study of the media text as a holistic speech act.

3) Collect material taking into account the direction of publications (not under / under foreign influence²), distribute news texts by topic (“Culture”, “Medicine” and “Economy and business”).

4) Clarify the term hyperaddresser and formulate a definition of the term hyperaddressee, pointing out their collectivity in mass communication.

5) Set the main parameters for the selection of speech strategies; determine the role of intention in the selection and application of speech strategies in different media.

6) To identify the main intentions of hyperaddressers of Russian media texts.

7) According to the intent to identify types of speech strategies and tactics.

8) Identify the linguistic means of implementation of the selected strategies in the selected media texts, characterize and systematize them.

9) To determine the frequency of use of the speech strategies we have identified in the texts of the Russian media of different orientation.

The **material** of the study was the texts of the Russian media of various kinds, covering the international activities of V. Putin and Xi Jinping in the fields of culture, medicine, economics and business.

Popular Russian media not under foreign influence² — RIA Novosti, ITAR-TASS, Rossiyskaya Gazeta, and foreign-influenced media¹² — Echo Moskvyy radio station³, Dozhd TV channel⁴ were selected for analysis. Xi Jinping has been the

³ The news we studied was published on the Echo Moskvyy website³ until 2021. The editor-in-chief of the Echo Moskvyy radio station³ (1998–2022) has been included in the register of foreign agents since April 22, 2022 (number 369). See reestr-inostrannyih-agentov-30062023_3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru). But the Echo Moskvyy³ information resource itself was not recognized by a foreign agent. Access to the Echo Moskvyy³ resource has been limited since 2022 due to violations of Russian law. See <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/search?article=72091859> <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74112.htm>; <https://tass.ru/obschestvo/13922993?ysclid=ljqxskav889368406>. It should be noted that although Echo Moskvyy³ was not recognized as a foreign agent, its editor-in-chief and collaborators (for example, A.V. Plyushchev, registry number 462, etc.) were recognized as foreign agents, therefore this publication is under foreign influence.

⁴ We have selected news for research from the Dozhd website⁴ until 2020.

President of the People's Republic of China since 2012, therefore media texts for the period from 2012 to 2021 were selected from the above sources.

The theoretical basis of the study was the work of the following scientists: *on the theory of speech acts* N. D. Arutyunova, L. Wittgenstein, T. A. van Dijk, H. P. Grice, V. Z. Demyankov, H. Isenberg, I. M. Kobozeva, E. Coseriu, E. Lang, G. Leach, J. May, J. L. Austin, E. V. Paducheva, J. Searle, P. F. Stronson, R. Steinitz and etc.; *on the theory of speech strategies and tactics* V. V. Zelenskaya, O. S. Issers, V. B. Kashkin, E. V. Klyuev, C. Kerbrat-Orecchioni, M. L. Makarov, T. V. Matveeva, I. A. Sternin, S. A. Sukhikh, A. E. Sherozia and etc., *as well as in mediallynguistics* A. Bell, T. G. Dobrosklonskaya, V. I. Konkov, V. G. Kostomarov, A. A. Leontiev, I. V. Rogozina, Yu. V. Rozhdestvensky, G. Ya. Solganik and etc.

Research methods: general scientific methods of observation, generalization, commenting, comparison, as well as descriptive method with the elements of discourse, cognitive and content analysis, classification method, statistical method were used in the work. The material was collected by the method of continuous sampling.

The **scientific novelty** of this work lies in the fact that on the basis of the theoretical works of contemporary researchers and analysis of the texts of contemporary Russian media the term hyperaddresser is clarified. In addition, a new concept of hyperaddressee is proposed and formulated. The author also introduces the concept of "counterintention". The theory of speech acts is used as a basic concept for the study of hyperaddresser speech acts in mass communication.

In addition, the study is based on material not previously studied by linguists - media texts covering the international activities of V. Putin and Xi Jinping. We have identified and characterized the most frequent speech strategies and tactics of Russian media hyperaddressers that are not / are under foreign influence².

The Dozhd TV channel⁴ has been included in the register (number 248) of foreign agents since August 20, 2021 (reestrinostrannyih-agents-30062023_3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru)), since 2022: blocked for violations of the legislation of the Russian Federation (<https://tass.ru/obschestvo/16681685?ysclid=ljye1pban2210098347>; <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/mass-media/news?item=72091859>).

The following **provisions** are presented for the defense:

1. Within the framework of the integrated approach with the inclusion of pragmatic and cognitive-discursive aspects, the media text is considered as a speech act, which has a strict normative language organization, illocutionary purpose and has a speech impact on readers.

2. We characterize the addresser and addressee of the text of mass communication as a collective group of persons, therefore, the concepts of hyperaddresser and hyperaddressee are applicable to them.

3. The term *hyperaddresser* includes two interacting components - the author of the text and the publication in which he works.

4. Each hyperaddresser has its own target audience, that is, its own *hyperaddressee* whose counter-intention coincides with the intention of the hyperaddresser. In order to increase the number of exemplary readers (hyperaddressees), in the process of creating a text, using speech strategies, the hyperaddresser must take into account the role of readers and their counter intentions.

5. Intention is the main parameter for identifying speech strategies, at the same time, it is necessary to take into account the scope of communication, the specifics of speech impact and the principles of harmonious communication.

6. Russian media outlets that are not/are under foreign influence² differ in their intentions and ways of conveying information. The hyperaddresser of the Russian media not under foreign influence² creates the concept of creation, and in the texts of the media under foreign influence¹², a concept is formed that can be conditionally called the concept of destruction.

The **theoretical significance** of the study lies in the fact that the work expands the understanding of the application of the theory of speech acts in science and confirms the need for an integrated approach with the inclusion of pragmatic and cognitive-discursive aspects of the study of media texts. At the same time, from the point of view of pragmatics, cognitive linguistics, the concept of speech strategies is interpreted and we note the main components included in the concept of speech

strategies - addresser, addressee and intention. The sign of the collective nature of the addresser and addressee of the mass media text is specified, the terms hyperaddresser and hyperaddressee of mass communication are put forward. The influence of the orientation of the publication on the formulation of the intention of the hyperaddresser of the media text is determined. In addition, we have identified and characterized the most frequent speech strategies used in media texts with different directions, which will enrich the existing classifications of speech strategies. This work contributes to the development of linguistic pragmatics, cognitive linguistics and media linguistics.

The **practical significance** of the work lies in the fact that the results of the study of speech strategies and ways of their implementation in the texts of the Russian media can be used in training courses in the Russian language, including Russian as a foreign language, as well as in journalism, the theory of speech impact, media linguistics, pragmalinguistics and intercultural communication in order to help students understand the peculiarities of Russian media texts and media language. Employees of various media (journalists, editors, etc.) can use the speech strategies we have identified to attract the attention of readers and achieve their communication goals. For the recipient of information, the results of this study will be useful in terms of the ability to recognize language means that are used to express certain intentions, goals of authors and publications.

Approbation. The main provisions of the study were tested in speeches at scientific conferences:

1. XLIX International Scientific Philological Conference in Memory of Lyudmila Alekseevna Verbitskaya (1936-2019) (SPbSU, St. Petersburg, March 2020);
2. Kazan International Linguistic Summit "Challenges and Trends in World Linguistics" (KFU, Kazan, November 2020);
3. XII International Scientific and Practical Conference "TRANSLATION. LANGUAGE. CULTURE" (A. S. Pushkin Leningrad State University, St. Petersburg, May 2021);

4. International Scientific Conference on Cognitive Linguistics "Language and Thinking in the Age of Global Change" (N.A. Dobrolyubov NHLU, Nizhny Novgorod, June 2021);

5. III International Scientific-Practical Conference "Synergy of Languages and Cultures: Interdisciplinary Research", (St. Petersburg State University, St. Petersburg, September 2021);

6. IX International Scientific Conference "National Codes in Language and Literature" (N.I. Lobachevsky NNSU, Nizhny Novgorod, October 2021);

7. Kazan International Linguistic Summit "Linguistic Diversity in the Global World" KILS-21 (KFU, Kazan, November 2021);

8. All-Russian Scientific Conference with International Participation "Cognition, Culture, Communication in Modern Humanities" (Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, September 15-16, 2022);

9. II All-Russian Scientific-Practical Conference with International Participation "Modern Philology: Dynamics of Speech and Textual Forms" devoted to the memory of B. I. Osipov and M. P. Odintsova (OmSU, Omsk, September 20-22, 2022)

On the topic of the dissertation 11 articles were published, 7 of which were published in the editions recommended by VAK under the Ministry of Education and Science of the Russian Federation.

The main provisions and results of the work are reflected in the following **publications** of the author:

1. The theme of the fight against coronavirus in the texts of Russian media (analysis of speech impact) // Philology and Culture. Philology and culture. - 2021. - No. 1 (63). – Pp. 7–15 (co-authored with N. P. Benevolenskaya). VAK

2. Speech strategies and tactics in Russian media texts reflecting cooperation between China and Russia in the fight against coronavirus // Cognitive studies of language. - 2021. - № 3 (46). - Pp. 743-747. VAK

3. Speech strategies and tactics of speech acts-directives in media texts

covering the campaign for vaccination against coronavirus // Philology. Theory & Practice. 2021. – V. 14 № 7 (121). - Pp. 2089–2092. VAK

4. Speech strategies and tactics for achieving the effectiveness of mass communication (on the example of RIA Novosti texts) // World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies. - 2021 No. 4. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/59FLSK421.pdf> (co-authored with L. G. Navasartyan). VAK

5. Speech strategies and linguistic means of realizing the intention of the hyperaddresser of news texts covering the international activities of V. Putin and Xi Jinping // Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University. – 2022. - No. 2 (165). – Pp. 239–244. VAK

6. Media texts of Russian opposition media as “hindrances” in intercultural communication between Russia and China // Cognitive linguistics and intercultural communication. Cognitive Studies of Language. - 2022. - No. 2 (49). - Pp. 602–608. VAK

7. Counter intention as a necessary factor in successful communication between hyperaddresser and addressee (on the materials of the RIA Novosti publication) // Cognitive Studies of Language. - 2022. - No. 3 (50). - Pp.141-144. (co-authored with N. P. Benevolenskaya) VAK

8. Analysis of the speech impact of Russian media texts on the topic of combating coronavirus // Challenges and trends of world linguistics (Proceedings and materials of the Kazan International Linguistic Summit. Kazan, November 16–20). - 2020. - V.2. - Pp. 118–121.

9. Speech strategies and tactics of expressing subjective meaning in the news texts of the opposition publication Dozhd⁴, covering Russian-Chinese cooperation // Russian language in Russia and abroad: the study of active processes in language and speech (Proceedings and materials of the international scientific conference "National codes in language Russian Language in Russia Abroad: Study of Active Processes in Language and Speech, Nizhny Novgorod, October 29-31). - 2021. - Pp. 311-317.

10. Speech strategies of influence on the consciousness of the addressee in

Russian media-texts // Linguistic diversity in the global world (Proceedings and materials of the Kazan International Linguistic Summit. Kazan, November 15-19, 2021).

11. On the possibility of applying the theory of speech acts in the study of media texts // Collection of the II All-Russian scientific and practical conference with international participation "The latest philology: the dynamics of speech and text forms", dedicated to the memory of B. I. Osipov and M. P. Odintsova. – 2022 – Pp. 297–301.

The structure of the work: the dissertation includes an introduction, two chapters (1. Theoretical foundations for studying the implementation of speech strategies in media texts; 2. Speech strategies and methods for their implementation in Russian media texts), conclusion, list of references, a list of used dictionaries and other resources, 4 appendices containing 6 tables and 6 figures.

CHAPTER 1. THEORETICAL FOUNDATIONS FOR STUDYING THE IMPLEMENTATION OF SPEECH STRATEGIES IN MEDIA TEXTS

1.1 Modern linguistic approaches to the study of text as a speech work

1.1.1 The pragmatic aspect of research as a prerequisite for studying the text

At the turn of the XIX-XX centuries. the fundamental concepts of linguistics are *language* and *speech*. The essence of this dichotomy is studied by many linguists.: F. M. Berezin, B. N. Golovin, W. von Humboldt, V. G. Kostomarov, E. Coseriou, A. I. Smirnitsky, F. de Saussure, L. V. Shcherba and etc.

Based on the works of scientists, we will determine the relationship between the concepts of *language* and *speech* and trace the chronology of the formation and development of a pragmatic approach to studying the text. Among all the studies, the works of W. von Humboldt and F. de Saussure played a fundamental role. In the 19th century, W. von Humboldt in his work “On the difference in the structure of human languages and its influence on the spiritual development of mankind” (German. «Über die Verschiedenheit des menschlichen Sprachbaues und ihren Einfluss auf die geistige Entwicklung des Menschengeschlechts», 1836, The Russian translation came out in 1859.)⁵ applies a synthesizing approach to the study of language in its various aspects. On the one hand, it points to the systemic nature of the language. That is, in a language, any linguistic unit cannot exist in isolation, but is part of the whole system. In the language system, a stock of words and rules is accumulated, with the help of which various linguistic phenomena are generated. Such a holistic view of language as a system of signs later formed the basis of the theory of F. de Saussure. On the other hand, W. Von Humboldt emphasizes the dynamism of language, presenting it “not as a dead product, but as a creative process. <...> language is not a product of activity (Ergon), but activity (Energeia)” [Cit. by: Humboldt 1984: 69–70]. The scientist claims that language and thinking are inseparable, language is a tool for

⁵The Russian translation of the work “On the difference in the structure of human languages and its influence on the spiritual development of mankind” was republished in 1984. This reprint is cited hereinafter.

expressing thoughts. According to the scientist, language is a continuous activity of the spirit, which is aimed at turning sound into an expression of thought. [Ibid]. In other words, language is a spiritual energy, it can never be a frozen work, but is embodied as a language-creating, creative process. We believe that in W. von Humboldt's statement, the word *ergon* (Old Greek "ἔργον") approximately corresponds to the term language, and *energeia* (Old Greek "ἐνέργεια") - speech. Although the scientist does not indicate the boundaries of these concepts, he is one of the first to pay attention to the study of the practical use of language and its function in communication, which contributed to the further development of the doctrine of language and speech as separate subjects of linguistics research.

Expanding the ideas of W. von Humboldt, F. de Saussure distinguishes between synchronic and diachronic approaches to language learning and explains the terms "language" and "speech" within the framework of speech activity. In the work "Course of General Linguistics" (French "Cours de linguistique générale", 1916, Russian translation was published in 1933)⁶, the scientist contrasts these concepts with each other. Language is defined by him as a social phenomenon and a system of signs in speech activity, i.e., the social and systemic nature of the language is emphasized. Speech is an "individual act of will and reason" [Cit. by: Saussure 1998: 22] and is considered as a process of using a system of signs for communication. Представляя язык и речь как два совершенно разных, нетождественных понятия, ученый предлагает разделять лингвистику языка и лингвистику речи, при этом он меньше всего внимания уделяет последней. According to F. de Saussure, language is the most important side that determines all the others, therefore, "it is necessary from the very beginning to stand on the soil of language and consider it the basis for all other manifestations of speech activity" [Cit. by: Saussure 1998: 17]. Thus, the scientist focuses on the synchronous description of the language, within which he emphasizes the systematic nature of the language and considers the

⁶ The Russian translation of the work "Course of General Linguistics" was republished in 1998. This reissue is cited hereinafter.

study of speech to be a secondary task of linguistics. It should be noted that, although F. de Saussure recognizes the interdependence of language and speech, he emphasizes the difference between them.

On the one hand, F. de Saussure argues with W. von Humboldt, since he presents language not as a process, but as a relatively stable system. It is because of this point of view that F. de Saussure and W. von Humboldt are considered contradictory. But this opposition is far-fetched to a certain extent [Danilenko 2012], with which we cannot but agree, both scientists presented the systemic nature of the language, although they used different research methods. As we noted above, W. von Humboldt understands language in synthesis as an integral system and speech activity at the same time (an integrating approach). Unlike W. von Humboldt, F. de Saussure adheres to a differentiating approach, develops W. von Humboldt's idea of the dynamic use of language and highlights the term *speech*. That is, if W. von Humboldt integrates language and speech into a single whole, then F. de Saussure sharply delimits the concepts of language and speech in relation to each other.

Thus, in the 20th century, the question of the relationship between the concepts of *language* and *speech* arises, numerous scientific discussions are held, which still do not lose their relevance. So, L.V. Shcherba writes about the need for an experiment in the science of language in his article "On the triple aspect of linguistic phenomena and on the experiment in linguistics" (1931 г.⁷). In contrast to F. de Saussure, instead of two concepts (language and speech), the scientist proposes to single out 3 aspects of linguistic phenomena - speech activity (the processes of speaking and understanding), the language system (dictionary and grammar) and language material (the totality of everything spoken and understood, i.e. e. the result of speech activity) [Shcherba 1974]. All three aspects are interconnected. Language material is produced in the process of speech activity (speech) with the help of a

⁷ L.V. Scherba's article "On the Triple Aspect of Linguistic Phenomena and on Experiment in Linguistics" was first published in 1931. Hereinafter we refer to the 1974 reprint.

language system (language). At the same time, the language system is derived from the language material and applied in speech activity [Ibid.]. Linguistic material is a new concept not found in F. de Saussure. L. V. Shcherba believes that it is necessary to describe the language precisely through the language material (i.e., through the text). So, language and speech in the definition of L. V. Shcherba are two interrelated aspects of speech activity.

A. I. Smirnitsky also entered into a controversy with the point of view of F. de Saussure. In the work “The Objectivity of the Existence of Language” (1954), he expressed doubts about the allocation of “linguistics of speech”, however, he agreed that it is necessary to distinguish between language and speech, since these are different phenomena of reality [Smirnitsky 1954]. At the same time, the scientist advocates the primacy of language, but unlike F. de Saussure, he refers the material, sound side to language, and not to speech. In addition, A. I. Smirnitsky expressed an important idea: not everything that occurs in speech is in the language, respectively, while studying speech, we do not fully understand the language [Ibid.].

However, E. Coseriu disputes the opinion of F. de Saussure and A. I. Smirnitsky about the primary study of the language. The scientist suggests “to take speech as the norm for all other manifestations of speech activity (including “language”)” [Cit. by: Coseriu 1963: 157]⁸. He believes that speech is the source of all language changes (not only diachronic, as F. de Saussure noted, but also synchronous). According to E. Coseriu, it is speech that needs to be studied, but at the same time it is unacceptable to sharply contrast the concepts of language and speech [Cit. according to Coseriu 1963].

Obviously, researchers have different opinions about the subject of linguistics and the relationship between *language* and *speech*. Among those who advocate the opposition of these concepts, in addition to F. de Saussure, A. I. Smirnitsky, there were other scientists, for example, V. A. Zvegintsev. The scientist sees speech as a

⁸ E. Coseriu's monograph "Synchrony, Diachrony and History" was first published in 1958. The Russian translation came out in 1963.

means of communication, and language as “discretization of semantic content” [Zvegintsev 2001: 217–218] and notes the duality of the object of linguistics. These scientists adhere to a differentiating approach and put forward priorities in the study of language or speech. At the same time, a number of scientists declare the relationship between these concepts. As F. M. Berezin and B. N. Golovin note, “in language there is a “set” of units of communication and a system of “rules”, in speech there is a “choice” from a “set” and implementation of rules” [Berezin, Golovin 1979: 21]. Their views are shared by G. Guillaume, who advocates a comprehensive study of these concepts, since speech activity consists of the inner universe of a person (language) and the relationship of a person to a person (speech). Language is at the level of potency, and speech is at the level of realization [Guillaume 1992]. That is, although language and speech perform different functions in the process of performing a speech act, they are inseparable from each other.

It should be noted that regardless of how scientists study language and speech (differentiated or complex), to some extent they support the separation of language and speech proposed by F. de Saussure.

However, a completely different position is taken by V. G. Kostomarov, who did not at all agree with Saussure's dichotomy of language and speech, believing that "for the needs of stylistics, this opposition has no explanatory power and only confuses already rather complicated problems" [Kostomarov 2005: 53]. The scientist, following W. Humboldt, is of the opinion that “for stylistics, it is valuable to understand language in a historical perspective as a process, and not just a frozen essence, thing” [Ibid: 54].

Thus, the relationship between the concepts of language and speech is studied in several directions: On the basis of the adoption of the theoretical division of F. de Saussure, on the one hand, the doctrine of the distinction between language and speech as opposing subjects of linguistics research is being developed (V. A. Zvegintsev, A. I. Smirnitsky и др.), on the other hand, researchers pay attention to the relationship and indivisibility of these concepts (F. M. Berezin,

B. N. Golovin, G. Guillaume, L. V. Shcherba and etc.). At the same time, there are scientists who do not accept the concept of F. de Saussure at all, but support the point of view of W. Humboldt, and do not draw a clear line between language and speech (V. G. Kostomarov and etc.).

Given these explanations of the concepts of *language* and *speech*, we believe that language and speech are, although different, but inseparable concepts. Adhering to the interpretation of F. de Saussure, we note that language is a social phenomenon and an ordered system of signs in which there are rules for their use and which changes with the development of society, and speech is an individual phenomenon, dynamic, the process of transmitting thoughts using linguistic means in different communication situations. Language cannot exist without speech, it will become dead, and speech is created with the help of language, so it is necessary to study them comprehensively. It is this approach that seems to us productive in the study of the text. Since the text is created thanks to the language units and according to the grammar of a particular language in order to reflect the thoughts of the author of the text.

Undoubtedly, the Saussurean dichotomy of language and speech had a strong influence on the development of linguistics, helped to clarify the subject of research and methods for studying speech activity. Thanks to the discussion of scientists about the relationship between the concepts of *language* and *speech*, the range of research in linguistics is expanding. In the 20th century, linguists pay attention to all aspects of speech activity, there is a “linguistic expansion” [Kibrik 1987: 35], as a result of which the study of the features of the functioning of the language when it is used in specific speech situations becomes the most important task of linguistics. In addition, linguists began to take into account the varieties of speech, for example, according to the form of language use, speech can be oral and written. Accordingly, the study of the functioning of language units is possible on the material of both oral and written texts.

Thus, in the twentieth century, the direction of research changed. The focus of scientists is not only the structure of the language (linguistic units), but also the factors influencing the generation and understanding of the statement (intention, purpose of communication, etc.). In this regard, at the turn of the 1960s - 1970s. Pragmatics, a branch of linguistics that studies the meaning of an utterance, the use of language in a specific context, and also develops the concept of a speech act, has received wide recognition. The philosophical and semiotic foundations of pragmatics were laid by C. S. Peirce, who formulated the philosophical concept of pragmatism, in which attention is paid to the choice of actions in favor of the initiator of communication, and words and thought are considered as a tool for achieving success. The scientist noted that the concept of a sign includes not only a denotation / object, but also an "interpretant", that is, the meaning of a sign interpreted by a person and capable of evoking certain emotions in people, influencing their behavior or consciousness [Peirce 1931 T. 1]. C. Pierce determined that in communication people will use those language signs that are beneficial to them to express their thoughts and achieve the goal of communication.

The term "pragmatics" itself was introduced into scientific use by C. W. Morris, a follower of C. Pierce. In the work "Foundations of the Theory of Signs" ("Foundations of the Theory of Signs", 1938), the researcher defines the subject of study of pragmatics - the relationship between signs and those who use these signs, between subjects and addressees of speech [Morris1938]. The ideas of C. Morris are supported and supplemented by many researchers, in particular, R. Carnap (R. Carnap) includes in the field of pragmatics not only the subject and signs, but also *designates* - the meaning and meaning of the word [Carnap 1942]. Based on the results of C. Morris and R. Carnap, Y. Bar-Hillel in the article "Indexical Expressions" ("Indexical Expressions", 1954) pointed out that the denotation of a word or expression cannot be established out of context [Bar-Hillel 1954]. Despite the fact that the scientist narrowed the object of his research, he managed to identify

an important component of pragmatics - the context, which later became the subject of many linguistic studies.

So, at the first stage of the development of pragmatics (1930-50s), C. Pierce, C. Morris, R. Carnap and other scientists concretize the object of pragmatics, emphasize the pragmatic significance of language units when they are used by the addresser in a speech situation, i.e., in a specific context. Thus, already at this time it becomes clear that the meaning of the statement is not equal to the sum of the meanings of the words included in it.

This provision formed the basis of the theory of speech acts (TRA), which was finally formed at the second stage of the development of pragmatics (1950s - 1960s). Language researchers, in particular, H. P. Grice, J. L. Austin, J. R. Searle, L. Wittgenstein and others actively studied the concept of a speech act, developed the concept intentions and put forward the principles of communication, which made it possible to reveal more deeply the pragmatic function of the utterance in a communicative situation. It was under the influence of the theory of speech acts that pragmatics was formed as a separate direction in linguistics.

The formation of the theory of speech acts was preceded by the ideas of L. Wittgenstein. In his work "Philosophische Untersuchungen", (1953, Russian translation was published in 1994), the researcher operates with the theory of language games and believes that language and actions are a single whole. The whole process of using words appears to them as a game. The scientist points to the relationship of language with life practices, thereby emphasizing the practical significance of language units: "Follow the rule, make a message, give a task, play a game of chess - all these are practices (applications, institutions). To understand a sentence is to understand the language. To understand a language means to master a certain technique" [Cit. by: Wittgenstein 1994: 162]. L. Wittgenstein draws attention to the study of linguistic units from the point of view of the practical application of the language and its functions.

However, the founder of TRA is J. Austin, who in his work “How to do things with words”, (1962, Russian translation was published in 1986) establishes that “pronunciation of a statement is the implementation of an action” [Cit. by: Austin 1986: 27]. The essence of this concept is that the language is used to perform actions (question, order, request, promise, apology, etc.), and not just to convey information or state a fact.

According to J. Austin, to perform a speech act means: to pronounce articulate sounds, build a statement from the words of a given language according to the rules of its grammar, and also correlate the statement with reality [Austin 1962]. Thus, three stages of speech acts are distinguished:

- 1) locutionary act - pronunciation of an utterance (phonetic, phatic and rhetic acts);
- 2) Illocutionary act - associated with the communicative intention of the speaker;
- 3) Perlocutionary act - achieving the goal of communication, influencing the addressee [Ibid.].

J. Austin does not define the concepts of locution, illocution and perlocution, but only gives the following examples: "the locutionary act - "He said that ...", the illocutionary act - "He argued that ..." and the perlocutionary act - "He convinced me that ..." [Cit. by: Austin 1986: 88]. In this regard, we give our explanations of these actions: during the locutionary act, the speaker / writer uses various language means to formulate his thoughts, convey information, and during the illocutionary act, he expresses the illocutionary goal of communication (directly or indirectly) depending on the conditions of communication. At the level of a perlocutionary act, the speaker/writer pays attention to the results of the impact on the addressee, the success or failure of the speech act.

We agree with J. Austin that the boundaries of these acts are very conditional, since in real communication it is difficult to separate them: “Usually, the implementation of a locutionary act is simultaneously and thus the implementation of

an illocutionary act” [Cit. by: Austin 1986: 86]. Moreover, an illocutionary act is impossible without a perlocutionary one. Utterances have an impact on the feelings, consciousness or behavior of the addressee, often this is a purposeful and intentional action. In other words, the speech act is simultaneously locutionary, illocutionary, and perlocutionary.

The ideas of J. Austin are developed in the works of his follower, J. R. Searle, who also made a significant contribution to the development of the theory of speech acts. Firstly, he rethought the three-level formation of the speech act of J. Austin and proposed to distinguish 4 stages:

- 1) The act of pronouncing (locution);
- 2) Propositional act (proposition);
- 3) Illocutionary act (illocution);
- 4) Perlocutionary act (perlocution).

Instead of the locutionary act, J. Searle proposes to investigate the act of utterance and the propositional act. The propositional act includes an act of reference, by which the speaker points to a person or object, and an act of predication, in which the speaker attributes some feature to the referent highlighted in the statement. [Searle 1965]. Compared to J. Austin, J. Searle presented a more detailed structure of the speech act, but also narrowed the scope of its application in research. In our opinion, the structure of J. Searle is more suitable for the study of oral speech and one-phrase utterance.

Secondly, the scientist pointed out that the use of language in the process of a speech act is regulated by rules. In "What is a speech act?" (1965, Russian translation was published in 1986) J. Searle presented two types of rules: regulatory and constitutive. The first rules are aimed at regulating relations that exist independently of them, for example, the rules of etiquette. The second rules not only regulate, but also create or define new forms of behavior. For example, the rules in games. According to the researcher, speech acts are performed in accordance with

constitutive rules [Cit. by: Searle 1986b], which determine the conditions for the success of communication.

Thirdly, J. Searle put forward the concept of indirect speech acts, by which he understood “cases when one illocutionary act is carried out indirectly, through the implementation of another” [Ibid: 196]. In indirect speech acts, the addresser conveys more information to the addressee than is reported in the sentence, that is, adds additional meaning, subtext to the utterance. The question of indirect speech acts is of particular importance not only for the development of the theory of speech acts, but also for the study of the meanings of statements, speech strategies, etc.

Fourthly, the scientist determined that the minimum unit of communication is not a word or a sentence, but a speech act.

The significance of the results of the work of both researchers (J. Austin and J. Searle) should be recognized, they reflect the essence of the theory of speech acts, the characteristics of a speech act and do not lose their relevance. Thanks to their works, the theory of speech acts has become one of the main theories of linguopragmatics and attracted the attention of many researchers to the study of its various aspects. For example, works were published on the study of intention (P. F. Strawson), the performative verb (A. Wierzbicka), indirect speech acts (D. Gordon, G. Lakoff) and, most importantly, the concept of a speech act was developed.

The concept of a speech act is described by scientists from different points of view, H. Isenberg emphasizes the importance of the normative aspect of a speech act, that is, compliance with the rules of the language in the communication process [Isenberg 1976]. E. Lang and R. Steinitz include in the description of the speech act the context, as well as the roles of the speaker and the listener, interacting within the framework of the convention and norms of communication [Lang, Steinitz 1978], so their approach can be recognized as more complete in comparison with the criterion of H. Isenberg. Nevertheless, researchers ignore the purposefulness of verbal communication. Attention is paid to this factor by T. van Dijk, who emphasizes that a

peculiar task of a speech act is to influence the consciousness of the addressee, who receives and interprets the speaker's statement [Dijk 1981].

Despite the many interpretations proposed by researchers, the most accurate, in our opinion, is the definition of N. D. Arutyunova, according to which a speech act is “a purposeful speech action performed in accordance with the principles and rules of speech behavior adopted in a given society; a unit of normative socio-speech behavior, considered within the framework of a pragmatic situation. The main features of a speech act are: intentionality (intentionality), purposefulness and conventionality” [Arutyunova 1998: 412].

Thus, the speech act is a multidimensional concept. Scientists continue to explore the essence of this phenomenon, but their definitions do not go beyond the characteristics originally established by J. Austin, that is, when implementing a speech act, the speaker/writer: 1) makes a pronunciation or spelling of a sentence that complies with the rules or conventions of the language, 2) expresses its communication intention and 3) influences the addressee. Therefore, in our study, we rely on the point of view of J. Austin, the founder of the theory of speech acts.

The process of formation and development of the TPA can be considered fruitful, but not completed, since some aspects remain debatable. Nevertheless, in our opinion, TRA has prospects and possibilities of application in modern linguistics, in particular, the concept of a speech act can be used to study a text within the framework of a pragmatic approach.

Text pragmatics should be understood as “an aspect of the functioning of language units, the choice of which is determined by the intentional influencing tasks of the sender of the text, taking into account the situational conditions of the act of communication and the normative ways of using the language adopted in this functional style” [Matveeva 1984: 7].

Within the framework of the pragmatic approach, such scientists as I. R. Galperin, K. Hausenblas, W. U. Dressler, G. A. Zolotova, H. Isenberg, P. Sgall, G. Ya. Solganik, R. Harweg, P. Hartmann, S. Schmidt and others. Their works found

that the text, as a result of the communicative process, is characterized by structural coherence, semantic integrity and general pragmatic orientation. A text is “the result of purposeful speech creativity, an integral speech work” [Solganik 2006: 181], which acts as the main unit of communication and is created by the addresser not only to transmit information, but also to influence the addressee. The leading role in this process is played by the communicative intention, the intention of the addresser, according to which he selects language units and forms his statements in order to influence others. It is this provision that gives grounds to turn to the TRA and the very concept of a speech act, which recognizes the importance of the intentionality of communication.

Since the text has a communicative purpose, many scholars emphasize that it can be considered as a speech act or speech action (A. A. Akishina, L. G. Babenko, E. Coseriu, A. K. Mikhalskaya and etc.). This position also allows us to use TPA and the concept of speech act in relation to the texts we will be studying.

So, E. Coseriu believes that the text is "a speech act or a series of related speech acts carried out by an individual in a certain situation" [Coseriu, 1977: 515].

Other scholars are of the same opinion. In particular, A. A. Akishina emphasizes the text as “any speech segment that exhausts the target setting of the speaker (writer) in relation to the situation” [Akishina 1979: 59]. A. K. Mikhalskaya also notes that the text is purposeful and “is called in neo-rhetoric and pragmatics “speech act”, speech act, speech action” [Mikhalskaya 1996: 56]. Summarizing the opinions of the above scientists, L. G. Babenko characterizes the text as “a complex speech act that is carried out with certain intentions and goals and which uses a complex of linguistic means and methods of influencing the addressee” [Babenko 2004: 20].

These definitions reflect the pragmatic setting of the text and the model of its generation, which corresponds to the three-level formation of the speech act by J. Austin: locutionary act, illocutionary act and perlocutionary act.

Thus, the concept of a speech act is not limited to oral speech or individual sentences but is applicable to the study of a written text (A. A. Akishina, L. G. Babenko, E. Coseriu, A. K. Mikhalskaya and etc.). In the works of modern scientists, within the framework of the theory of speech acts, texts of different genres and types are studied. For example, I. S. Stroeva highlights the speech-actual model of the text of an advertisement type ad [Stroeva 2008]. T. B. Radbil, V. A. Yumatov write about the successful application of TPA in forensic linguistic expertise [Radbil, Radbil 2013]. In our study, the speech act is used to study media texts.

Based on the structure of J. Austin, we assume that a speech act can be recorded and implemented in the form of a written text in compliance with three stages: locution (phonetic act, phatic act and *rhetorical* act), illocution and perlocution.

At the stage of *locution* in a written text, the writer can also perform *phonetic*, *phatic* and *rhetorical* acts. The *phonetic act* takes place in the mind of the writer when coding the written text. This is explained by the fact that, firstly, written speech (writing and reading) is transcribed from sound to letter and vice versa. For example, due to the complex continuous writing, Greek readers could decipher what was written by ear [J. Svenbro 1988]. As V.P. Glukhov notes, “written speech includes a number of processes at the phonemic level - the search for individual sounds, their opposition, the coding of individual sounds into letters, the combination of individual sounds and letters into whole words” [Glukhov 2005: 134]. Thus, the sound and letter composition of the language are inseparable and interrelated.

Secondly, in addition to external speech, which can be presented in oral and written form, people develop inner speech — “silent, silent speech, that is, speech minus sound” [Vygotsky 1934: 277], which performs the function of thinking [Sokolov 1967]. For example, a person can hear his own voice in his head when reading to himself, while the corresponding muscles of the speech apparatus can tighten. By analogy with this fact, we believe that when writing, the addresser also

pronounces what he has written to himself. That is, when coding a written text, a full-fledged speech act occurs, but its phonetic part - the "phonetic act" - is internal.

On the one hand, the phonetic act is "just the act of pronouncing certain sounds", on the other hand, it is part of the locution [Cit. according to: Austin 1986: 84], i.e., if we further develop the idea of an internal phonetic act, the words spoken to oneself must correspond to a specific dictionary and specific grammar, that is, they include a "phatic act".

The *phatic act* is considered as part of the process of constructing speech, in connection with this, both oral and written speech are formulated according to the corresponding grammar rules, however, the written text has a stricter logical and syntactic language organization.

The *rhetorical act* is the expression of the meaning of an utterance with the help of linguistic means. Unlike oral speech, in which the speaker can see the listener's reaction and regulate his speech within the framework of the situation, there is no interlocutor in written speech. The addresser only predicts his reader and his reaction to the text, therefore "written speech should be as synsemantic as possible (contextually "semantically filled"), and the language means (lexical and grammatical) that it uses should be adequate to express the content of the message being transmitted" [Glukhov 2005: 132], so that readers can understand the meaning of the text and achieve the communicative goal of the addresser.

Based on the foregoing, we argue that *locution* can also be realized when coding a written text. Both oral and written speech are a form of speech activity. A speech act in the form of a written text is realized in communication between writers and readers.

At the stage of *illocution*, the written text created by the author has an illocutionary purpose, which is defined as the concept of the writer's plan, aimed at influencing the consciousness or behavior of the reader in his own interests. [Lyons 1981]. The concept of illocutionary purpose corresponds to the intention, the intention of the addresser, which is the impulse of the work of the text. We believe

that the text as a speech unit implements a single general intention or one typical intention in communication. Since the understanding of intention plays an important role in our study, we will present this in a separate paragraph (§1.2.2 Speech strategies and intention).

At the stage of *perlocution*, the text can influence the addressee and produce a perlocutionary effect.

Therefore, taking into account the features of the speech act (N. D. Arutyunova, T. van Dijk, H. Isenberg, E. Lang and R. Steinitz, etc.) and relying on the structure of J. Austin, we can consider the written text as a speech act, and within this concept to study the creation and perception of the media text. Note that our choice of his concept is due to the fact that the structure of the speech act proposed by J. Austin is wider than that of J. Searle. In our opinion, the propositional act put forward by J. Searle is not suitable for studying a related written text. According to the scientist, any sentence that is used to perform a speech act has two parts: judgment and function [Cit. by: Searl 1986]. However, according to the signs of coherence and integrity, a written text, especially news texts, consists of many sentences that interact with each other and realize a common communicative goal. That is, the text has a general judgment, performs a single function in society, which violates the ideas of J. Searle.

In conclusion, we note that from a pragmatic point of view, the analysis of the text as a speech act brings the functional aspect of the text to the fore. Within the framework of this approach, special attention is paid to the study of the intention of the addresser, ways of expressing information, the relationship of the addresser to the message, etc. Such an analysis helps to reveal the meaning of language units in their specific use and the semantic content of the text. The pragmatic approach served as the basis for the development of other approaches to the study of the text, for example, communicative-discursive and cognitive analysis. So, in our study, we consider the speech act as a basic concept for studying the communicative and influencing functions of the media text, ways to implement them using speech

strategies and tactics. Based on this thesis, the article " Speech strategies and tactics of speech acts-directives in media texts covering the campaign for vaccination against coronavirus " was published [Wu Xiaohong, 2021b].

1.1.2 Cognitive-discursive approach to the study of text

Within the framework of the pragmatic approach, the text is considered as a speech act, which is implemented by the addresser with a certain intention and has an impact on the addressee through the appropriate use of various linguistic means. This approach reveals the links between linguistic statements and social actions. The text is studied as a holistic speech work with communicative capabilities.

At the same time, the study of the connection of language with consciousness and reality marked the beginning of the formation of a cognitive-discursive approach to text analysis. Within the framework of this approach, linguistic phenomena are considered "in the unity of the functions they perform - cognitive and communicative" [Gubik 2006: 11]. It should be noted that the correlation of the cognitive plan with the discursive one can be described as a part and a whole. Let us consider the contribution of each of their approaches to the creation of this paradigm of linguistic research.

Discursive analysis is mainly aimed at "studying the interaction between language/speech means and certain types of social and communicative practices" [Kolokolnikova 2012: 3]. Respectively, discursive text analysis involves the following tasks: 1) to explore the text in the natural conditions of the "real world"; 2) pay attention to the social organization of language communication; 3) consider the text as an action performed by the addresser in certain social conditions that determine the variability of the intention, and the language means of its implementation; 4) show interest in the rhetorical aspect of the text, the essence of which is to reveal the communicative purpose of the speech work; 5) take into account the cognitive orientation aimed at solving the issues of interaction between

the external and internal worlds of a person [Makarov 2003, Ermakova 2014]. The process of implementing discursive analysis can take place in two directions: “top-down” (deductive method) and “bottom-up” (inductive method). In the framework of the first approach, text analysis begins with the formation of an idea of the context. Then, based on the context, linguistic means are analyzed. In contrast to this direction, bottom-up analysis begins with the study of the language used in the text and ends with context recognition [Klimchenko 2019]. In our work, we take into account the tasks of discursive analysis and take a deductive approach (“top-down”) to analyze the text of the media, i.e., first we form an idea of the context (for example, a communication situation), we recognize the general meaning of the text and the intention of the addresser, and then we analyze used language tools that help the addressee to realize their communicative goal.

If the pragmatic approach focuses on theoretical positions, for example, reveals the speech act model of communication, important components of speech action, such as intention, purpose of communication, etc., then the discursive approach pays attention to the process of specific use of language in speech practice, in particular, ways of reflecting intentions, conditions for the implementation of a certain communicative goal, etc.

The discursive approach is based on the basic concept - "discourse", which was proposed by T. A. van Dijk. In his opinion, discourse is a communicative event [van Dijk 1989], which includes not only linguistic, but also extralinguistic aspects (communication situation, goals and attitudes of communicants, etc.). T. A. van Dijk explains that discourse occurs between the sender and addressee in the process of communication in a certain temporal, spatial and other context [van Dijk 1989].

Of particular importance is the definition of discourse proposed by N. D. Arutyunova: "Discourse (from French discourse - speech) is a connected text in combination with extra-linguistic, pragmatic, socio-cultural, psychological and other factors; a text taken in an event perspective; speech considered as a purposeful social action, as a component involved in the interaction between people and the

mechanisms of their consciousness (cognitive processes). Discourse is speech immersed in life" [Arutyunova 1990: 136–137]. With this understanding, on the one hand, discourse refers to a real speech situation (has a context). On the other hand, discourse combines linguistic and extralinguistic factors (mental abilities of communicants, sociocultural rules, strategies for generating text under certain conditions, etc.). The point of view of N. D. Arutyunova is shared by N. I. Formanovskaya, who notes that the result of communication is a text, so the discourse is packed into a text [Formanovskaya 2000]. It can be seen that the discourse is the unity of the utterance and the communicative situation, the combination of linguistic means and extralinguistic reasons for the generation of the utterance. It is like “a complex communicative-speech process that includes text(s) in close connection with the situational context” [Chernyavskaya 2002: 230].

So, discourse is considered not only in connection with the linguistic aspect (language units of text creation), but also with extralinguistic factors (context, purpose, intention of the addresser, knowledge about the world, etc.). Discourse is a speech-thinking activity, the purpose of which is to obtain new knowledge or to clarify and change the knowledge that already exists in the mind of the addressee. Consequently, discourse is also understood as a complex system of knowledge and its implementation in textual activity, which explains the need for the use of integrated cognitive models for discourse analysis. Because “understanding a text presupposes not only knowledge of the language, but also knowledge of the world” [van Dijk 1989: 87].

For example, T. A. van Dijk refers to a situational model, which contains “personal knowledge of native speakers, accumulating their previous individual experience, attitudes and intentions, feelings and emotions” [Karaulov, Petrov 1989: 9]. That is, the perception and interpretation of any event depends on our model of the situation, which in turn consists of various categories. Cognitive research models can be different. OS Issers relies on the model of the world, which plays an important role in the process of influencing the addressee. “The model of the world includes

knowledge about the physical, emotional, social, cultural world” [Issers 2009: 35]. Each person or social group has its own model of the world, expressed through language. In other words, when presenting objective reality, the addresser can use certain linguistic means within the framework of his model of the world. This model is applicable to the study of media texts of various types. For example, the relationship between Russia and China, according to the model of the world of the Russian media not under foreign influence², is presented as friendly, which is conveyed using language units with a positive meaning, and the media under foreign influence¹² are based on the opposite model of the world. Consequently, in the texts of the media of different directions, various language means are used, with the help of which their models of the world are reflected and the addressee is affected.

Undoubtedly, taking into account the cognitive mechanisms of text coding is necessary in the analysis of the text, as it reveals the links between objective reality, the communicative situation and the speech work, which uses different language units. As noted in the work of T.V. Romanova, “cognitive analysis of the text involves not only and not so much a self-sufficient speech and language analysis, but an analysis through speech and language of the processes of perception (understanding) and text production, which requires the involvement of knowledge about such mental processes, like memory, imagination, sensory perception, etc.” [Romanova 2013: 493]. In other words, text encoding and decoding is impossible without taking into account cognitive knowledge, since “language structures to be processed (including text) are considered to represent the external world in a person’s memory and represent his mental models” [Kubryakova 1996: 81–82]. Within the framework of cognitive analysis, attention is paid to the linguistic units of a speech work used in a specific speech situation, as a means of reflecting the structures of the addresser's consciousness.

In our work, we combine the analysis of linguistic means and cognitive structures, which helps us to recognize the model of the hyperaddresser's world and recognize his intention in a particular area of communication.

In this regard, we believe that the discursive approach includes a cognitive component. In order to generate and understand a text, it is necessary to relate the communicative situation to a certain mental sphere (certain knowledge) and to specific cognitive models. Thus, we can talk about the synthesis of aspects into a single cognitive-discursive approach to the study of the text as a speech act. If discursive analysis is aimed at studying the external world of a person in the process of creating a speech work (for example, a communicative situation), then cognitive analysis is aimed at revealing the essence of a person's inner world (for example, a model of the world) in this process. In our opinion, it is necessary to combine these two methods in the analysis of the communicative purpose of the text and the linguistic means of its implementation.

Nevertheless, we emphasize that our study uses an integrated approach with the inclusion of a pragmatic, cognitive-discursive analysis of the material. Within the framework of the pragmatic approach, the intention, the purpose of communication and the function of the text are determined, and within the framework of the cognitive-discursive approach, the situation or conditions for the generation and perception of the text are analyzed, which include the real sphere of communication, goals, personal qualities of communicants, etc., which helps us completely analyze the speech strategies and language tools used to implement the intention of the text.

1.2 The main provisions of the study of speech strategies

1.2.1 Definition of speech strategies and tactics

The concept of speech strategies is studied in an interdisciplinary aspect. In his work "Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech" (1999), O. S. Issers points to a number of prerequisites for studying this linguistic phenomenon: communicative, cognitive, linguistic, sociological, psychological, rhetorical and aesthetic [Issers 1999]. Based on the opinion of O. S. Issers, we also propose to take into account pragmatic prerequisites. All of the above prerequisites prove that the

concept of speech strategies does not belong only to linguistics.

The term "strategy" comes from the ancient Greek **στρατηγική** (stratēgia) and was borrowed from the military sphere and initially had the semantic potential for use in those areas of human activity where it is required to plan actions in order to actively influence the situation and change it in their favor.

In the "Explanatory Dictionary of the Russian Language" (2003) by D.V. Dmitriev, it is indicated that the strategy is called: 1) "a field of military art that develops methods for conducting large-scale military operations, war; 2) a previously drawn up plan for the long-term management of something in order to achieve practical results; 3) a method of planning any activity for the long term" [Dmitriev 2003: 1309].

Thus, the primary meaning of this term conveys the skill of conducting military operations, planning moves. Over time, this concept formed a figurative meaning - "the art of leading the social, political struggle, as well as in general the art of planning leadership based on correct and far-reaching forecasts" [Ozhegov, Shvedova 2006: 772].

In linguistic works, "strategy" is considered as a plan for carrying out a speech act. Many researchers of speech communication (A. Vezhbitskaya, T. G. Vinokur, R. R. Gelgardt, T. van Dijk, V. V. Dementiev, I. A. Sternin, T. V. Shmeleva, L. P. Yakubinsky and etc.) note that a conversation or a conversation is an ordered phenomenon, therefore it can be argued that any speech action is planned and carried out with the help of a speech strategy and a number of communication moves.

Scientists consider the definition of speech strategies in different aspects. For our work, the results of studies in the pragmatic (V. V. Zelenskaya, V. B. Kashkin, E. V. Klyuev, M. L. Makarov, A. A. Romanov, S. A. Sukhikh) and cognitive (T. A. van Dijk, O. S. Issers, T. V. Matveeva) aspects.

Let us consider the specific ideas of scientists about speech strategies in these two aspects. Within the framework of the **pragmatic approach**, the speech strategy is the behavior of the addresser, realizing the illocutionary potential in a certain

situation, due to the plan for achieving the goal of communication [Romanov 1988]. As noted by S. A. Sukhikh and V. V. Zelenskaya, the speech strategy is used by the addresser to organize speech impact on the addressee [Sukhikh, Zelenskaya 1998]. In this regard, a speech strategy can be understood as a cycle of actions to organize a speech act for the addressee to realize his communicative intention. Other scholars have similar views. For example, E. V. Klyuev and M. L. Makarov understand the speech strategy as a set of actions that the addresser performs to achieve a predetermined communicative goal [Klyuev 2002; Makarov 2003].

So, within the framework of pragmatics, the speech strategy is mainly manifested in the activity of the speaker / writer, who, by his intention, sets the goal of communication and uses communicative moves to implement it. The pragmatic aspect is more focused on the need of the speaker/writer to realize their intention in the process of communication.

In contrast to pragmatics, in cognitive linguistics, speech strategy is understood as the role of language in the conceptualization and cognition of the world. Accordingly, the speech strategy is considered as a way of processing complex information in memory [van Dijk, Kintsch 1983; Issers 1997]. First of all, scientists emphasize the relationship between language and consciousness, the need for the addressee to use suitable language units in order to help the addressee adequately interpret the information. According to A. N. Baranov, within the framework of the cognitive approach, speech strategy is understood as a set of procedures over models of the world of communication communicants [Baranov 1990]. Speech strategies are designed to create or transform basic cognitive categories in order to better and more accurately formulate one's thought and influence the recipient's world model. As T. V. Matveeva notes, the speech strategy “reflects the mental plan of communication through speech and the organization of the speaker’s speech behavior in accordance with this plan, as well as the conditions of communication, role and personal characteristics of speech partners, cultural tradition” [Matveeva 2010: 386].

We believe that in the cognitive aspect, the study of speech strategy is

associated with the concept of speech influence, which is effective only when the addressee accepts the intention of the addresser. If, in the pragmatic approach, the speech strategy is understood as the ways in which the addresser expresses the connotative meaning of the statement in a specific context, then in the cognitive approach, the speech strategy helps the addressee to process information and accept the addresser's thoughts. This coincides with two functions of the speech strategy: generation and perception of the utterance.

Thus, speech strategy is a complex multidimensional concept. Difficulties in studying speech strategies are due to the interdisciplinary nature of this phenomenon, the lack of terminological accuracy. Moreover, researchers consider speech strategies in different aspects, while each of them tries to give its own definition. We believe that in the study of this phenomenon, it is necessary to synthesize pragmatic and cognitive approaches, since the purpose of the implementation of the intention is the speech impact on the addressee, in which, with the help of language, new knowledge is introduced or the knowledge already available in the model of the world of the addressee is modified.

So, the speech strategy is defined by us as a way of planning an action used by the speaker / writer in order to achieve the set communicative goal in accordance with the intention of the addresser and to influence the thinking and behavior of the addressee. Therefore, when analyzing speech strategies based on the material of our study, we rely on this definition.

At the same time, methods of implementing speech strategies (tactics, language tools and techniques) attract a lot of attention from scientists. Speech strategy, as a general plan or line of speech behavior of the addresser, is implemented with the help of speech tactics. "Speech tactics should be considered one or more actions that contribute to the implementation of the strategy" [Issers 1999: 109–110], a set of communicative moves [Klyuev 2002]. We share the opinions of scientists that speech strategy and tactics are "in a "general-private relationship"" [Ruzhentseva 2004: 10]. That is, the concept of strategy is wider than the concept of tactics, since tactics are

carried out within the framework of any strategy [Kashkin 2016].

O. S. Issers in his work “Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech” (1999) points to the variety and flexibility of ways to implement speech strategies through various speech tactics, communicative moves and methods of speech influence [Issers 1999].

So, we can build the following chain of actions: speech strategy is realized with the help of speech tactics, and speech tactics are carried out with the help of communicative moves or various linguistic means. Let us note that our work does not analyze communicative moves, because they are clearly manifested in interpersonal communication, oratorical speech, for example, in the speeches of heads of state [Yekhlakova, Issers 2022]. In addition, communicative moves are not the subject of our study, but belong to the prospects of the work.

In our opinion, the final decoding of a speech act in terms of its strategic purpose should be based on an analysis of linguistic means. Language is the main tool for communication and influencing the human mind, therefore each tactic is implemented with the help of linguistic means, which we have studied at different levels (lexical, syntactic, stylistic). In other words, we believe that the choice of vocabulary and the construction of sentences by the speaker are determined by the speech strategy and tactics.

In any speech act, specific language means are used. Let us pay attention here to the nature of language means of different levels. The most expressive are lexical language means. At this level, the most obvious way to express the author's strategic intent is the choice of words, which is a "subjective-evaluative act" [Chernyavskaya 2006: 11]. Each language unit is chosen according to the intention of the addresser. “It is important that the choice of a word not only reflects the difference in assessments (positive or negative), in emotions, but is also able to impose a certain attitude to the content of the message on another, that is, to direct and control perception and understanding” [Ibid: 12]. For example, in foreign-influenced media texts¹², the addressee informs readers about the shortcomings of the power of the state

through negative vocabulary in order to form a negative attitude towards the government from the addressee, who to some extent expects from such publications just such an idea of the government.

At the syntactic level, the expressive possibilities of the order of language units, types of sentences, etc. are studied. The sender will build sentences in accordance with his intentions. There are different types of sentences in the language. For example, according to the purpose of the statement, they are narrative, interrogative and incentive; by the number of bases - simple and complex; according to the type of grammatical basis - two-part and one-part, etc.

The choice and use of vocabulary and sentence types are consistent with the style of the text, which is also related to the intent of the addresser. So, regardless of what level of language means are used, they are aimed at expressing the point of view, the intention of the addresser. Ways of expression can be direct or indirect, but they are all related to the intention of the addresser, which we consider an important component in the speech strategy and tactics.

1.2.2 Speech strategies and intention

The concept of intention (from Latin *intentio* - "aspiration") has been developed for a long time. Initially, in the Middle Ages, it is understood by philosophers from the point of view of practice, for example, in Blessed Augustine, the intention "denotes the direction of the soul towards the goal, i.e. towards God" [Cit. by: Kurennoy 2006: 143], P. Abelard in his work "Ethics" (*Scito te ipsum*) (1132-1135) distinguished between the concepts of act (*opus*) and intention (*intentio*) and noted that intention plays a significant and even decisive role in the action and its consequences. However, thanks to further study of this concept, not only the goal, but also the means of its realization were included in the intention. Thus, the thinker A. Gales added to the definition of intention "what allows us to reach the goal" [Ibid.]. Thomas Aquinas suggested that intention (*intentio*) and choice (*electio*) "constitute

the two constituent elements of a free moral act of will guided by practical reason” [Ibid.]. In other words, the manifestation of the will in action is carried out by the intention and the selected means of its implementation.

Despite the philosophical basis, the concept of intention began to be used in linguistics for the analysis of speech action. Followers of J. Austin (A. Vezhbetskaya, H. P. Grice, V. Z. Demyanenko, I. M. Kobozeva, G. Lakoff, O. G. Pocheptsov, R. Wright, P. F. Strawson et al.) have established that the intention within the illocutionary level of a speech act determines the subtext of the speaker/writer's statement and its functions in the speech act. In particular, H. P. Grice understands the implied statement of the speaker/writer through the prism of the subjective meaning of the statement.

H. P. Grice defines the essence of subjective meaning as the intention of the speaker. In the work *Meaning* (1957), the scientist introduces the concepts of *natural* and *unnatural* meaning of the statement and determines the differences between them. Of natural importance is the causal connection. In an unnatural meaning, this connection is absent. The unnatural meaning is associated with the subject, that is, it is the meaning that the subject puts into the statement. H. Grice also distinguishes three types of meaning in a sentence - "the meaning of a sentence" - the literal meaning of a sentence, which is the subject of study of semantics; "what is said" is an augmented literal meaning expressing a judgment in a sentence; "meaning put by the speaker" - the kind of meaning that is associated with the intention and serves as a base. The scientist stands for comprehensively and deeply considering the meaning of discourse or utterance from the position of the speaker. Moreover, as he believes, a successful speech action depends on the recognition by the listener of the speaker's intentions [Grice 1957]. So, in communication, the speaker/writer is not only responsible for the content of his intention, but must also make the subjective meaning of the expression more explicit through verbal or non-verbal means. Only in the case when the intention of the addresser is recognized, can the speech act be considered successful, and the speech strategies for its implementation are

appropriate.

In his work "What is a speech act?" (1965) J. Searle, following H. P. Grice, continues to expound and develop the concept of subjective meaning, through which he interprets the concept of intention. On the one hand, J. Searle believes that the difference between a statement that is simply spoken or written and a statement that performs an illocutionary act is that the latter has an intentional meaning and implies something. On the other hand, supplementing the idea of H. Grice, he notes the role of a rule or convention in the subjective meaning [Cit. by: Searle 1986]. Thus, J. Searle not only emphasizes the need for the interaction of the intentional and conventional aspects in the performance of an illocutionary act, but also the importance of how language means are used, how language units are combined according to rules or conventions to reflect the subjective meaning of an utterance. In other words, appropriately and competently used speech strategies and language tools play an important role in the implementation of the intention.

Following H. P. Grice and J. Searle, we understand intention as the subjective meaning of the statement of the speaker or writer and recognize the role of linguistic means in reflecting the illocutionary meaning of the statement. At the same time, we believe that the intention, as the reason for the generation of the statement, also plays an organizing role for the transmission and perception of information by the consciousness of the addressee.

Speech communication is characterized by sociality, each language unit has its own meaning, which can vary depending on the context. In the case when verbal communication takes place in different situations, the language units used by the communicants acquire different meanings, which are determined by the intention of the subjects of speech. It is obvious that the subject, language and intention are interconnected. According to O. G. Pocheptsov, "... a person is a doer, language is a tool, and intention combines them into speech activity. These relationships can be expressed using the following formula: person + intention + language = speech activity" [Pocheptsov 1986: 74]. In the framework of our study, we consider the

addressee of the media text to be a “person/doer”, and the specific speech strategies used and ways to implement them are “language”. Thus, intention is an intermediary between a person and language. On the one hand, it affects the selection and application of speech strategies, on the other hand, it is formed depending on the characteristics of the addresser, including his models of the world in specific situations.

Summarizing the above, we can conclude that the intention as a fundamental component of communication is the reason for the generation of the statement, contributes to the expression of the subjective meaning added by the speaker to the main information. It is realized in the language means used by the addressers in order to bring this intention to the consciousness of the addressee.

Thus, a speech strategy is a plan for achieving the established goal of speech communication, and intention is an important prerequisite and basis for building this plan. Realizing the intention in any speech act, the speaker/writer gradually fulfills his plan by using language tools of various levels. In the process of communication, both the intention itself and the ways of its implementation play an important role, which means that the addresser must choose the most effective speech strategies in order to achieve the desired perlocutionary effect of the speech act.

1.2.3 The problem of classification of speech strategies

The next problem of our subject of study is the lack of a unified classification of speech strategies and tactics. In linguistics, discussions continue about what criteria should be used to systematize them. Despite the accumulated theoretical and practical knowledge, this topic has not yet been fully studied.

The difficulty of systematizing speech strategies lies in the fact that, due to the flexibility and dynamic nature, speech strategies stand out in large numbers, and each researcher offers his own classification criteria. Moreover, speech strategies can be studied in different aspects, so today there is no single, universal classification of

speech strategies and tactics. Creating a unified typology of speech strategies remains an elusive task. In this regard, we will consider the existing typologies of speech strategies in order to identify the main parameters for highlighting speech strategies in media texts.

1. From the point of view of the degree of "globalness" of intentions, O. S. Issers divides speech strategies into general and particular ones. General strategies are created depending on social goals, for example, "establishing and maintaining status, exercising power, affirming solidarity with a group, etc." [Issers 1999: 105]. Private strategies are created taking into account specific speech situations and their goals. For example, the general strategy of discrediting is implemented in particular strategies of accusation, insult and ridicule. In our opinion, not all speech situations require the allocation of general and particular speech strategies. For example, when creating and transmitting information in mass communication, the addresser can only have a common goal of communication, which is realized with the help of a common strategy and appropriate tactics.

According to O. S. Issers, the general speech strategies by function include the main (semantic, cognitive), which are directly related to the impact on the addressee and auxiliary strategies (pragmatic, dialogue and rhetorical), contributing to the optimal impact on the addressee. In particular, O. S. Issers refers the strategy of self-presentation to auxiliary strategies, but we believe that this strategy can be determined by the main communication strategy in certain situations, for example, in "certain image texts" [Mikhailovna 2018]. In our study, the speech strategy of self-presentation is also singled out as the main strategy; with its help, an image of good relations between China and Russia is created in the eyes of the audience [Wu Xiaohong 2021a]. So, the typology of speech strategies can be based on the parameters of the degree of globality of intention and function, but specific subgroups are used in accordance with certain situations of communication.

2. Speech strategies are distributed according to the types of speech impact. For example, depending on the intention of the speaker, social impact (greeting, gratitude,

etc.), evaluative and emotional (reproach, praise, accusation, threat, etc.), expression of will (order, request, advice, etc.), clarification and informing (explanation, report, recognition, etc.) [Fedorova 1991]. By the nature of the means of communication, verbal and non-verbal speech effects are distinguished [Sternin 2001]. By the nature of the interaction of the subject with the object - direct and indirect impact. In the first case, the subject openly expresses his intentions to the object of influence, in the second case, the speaker uses language means in their indirect meaning [Grishechko 2008; Navasartyan 2017]. The speech impact parameter is applicable to our material. So, one of the important theoretical conclusions made by us based on the results of studying the literature is that speech strategies can coincide with varieties of speech influence, especially distinguished by the intention of the addresser, the presence of which allows us to define speech influence as “verbal communication taken in the aspect of its purposefulness, motivational conditioning” [Issers 1999: 21].

3. Speech strategies are distinguished depending on the sphere of communication, which is an important classification factor. For example, A. E. Sherozia believes that in interpersonal communication one can speak of two strategies: conscious, used primarily to achieve a practical goal, and subconscious - not planned in advance [Sherozia 1978]. E. V. Akayeva studies medical discourse (text) and identifies cognitive (persuasion strategies), pragmatic (self-presentation), dialogue (organization of dialogue), rhetorical (mythologization) strategies [Akayeva 2007]. In the pedagogical discourse (text), speech strategies are divided into imperative, informative, communicative and regulatory, which allows you to plan and implement the speech impact on the student for educational and educational purposes [Antonova 2007]. A. A. Goryachev singles out information-forming and optimizing speech strategies based on the material of advertising discourse (text) [Goryachev 2010]. In political discourse (text), productive strategies are the upswing strategy, the downsizing strategy, and the theatrical strategy [Mikhaleva 2009; Akopova 2013]. The parameter of the sphere or situation of communication is taken into account by us when highlighting strategies in media texts, while in the materials we analyzed, the

downward strategy and the upward strategy are also used, since the international activities of the leaders of the two countries (V. Putin and Xi Jinping) can be attributed to part of the political text. We believe that the sphere of communication is an obligatory factor in the typology of speech strategies. We agree with the opinion of M. Yu. Oleshkov, who notes that a typological description of speech strategies should take into account the factor of the sphere of communication of communicants, and a successful typology is one that is tied to a certain type of discourse (text) or sphere of communication [Oleshkov 2007].

4. A classification of speech strategies can also be made based on the principles of communication that apply to conscious and intentional speech actions. They regulate speech goals and the content of the proposition. According to the **principle of cooperation** put forward by H. P. Grice in his work "Logic and Conversation", 1975, Russian translation was published in 1985), speech strategies can be divided into cooperative and non-cooperative. The essence of the principle of cooperation is that the participants in communication should strive to cooperate. The principle of cooperation is realized in 4 maxims: 1) the maxim of quantity - "say as much as necessary, no more and no less"; 2) the maxim of quality - "tell the truth"; 3) the maxim of relevance - "be relevant" and 4) the maxim of the method - "speak clearly" [Cit. by: Grice 1985: 217-237]. In other words, if the speaker observes these maxims, then he uses cooperative strategies, otherwise the strategies will be non-cooperative.

Note that cooperative and non-cooperative strategies are widely used in various situations, for example, A. V. Radyuk proposes a classification of cooperative strategies in business discourse [Radyuk 2013]. In our work, taking into account the parameter of the principle of communication is also necessary, since in creating media texts the addressee can comply with or violate the principle of communication in order to achieve his goal. Non-cooperative speech strategies are used to deliberately hide information and influence the addressee, while cooperative speech strategies are used to fully report what happened. At the same time, perhaps, a paradox arises, which lies in the fact that the addresser's non-cooperative strategies

correspond to the principle of cooperativity in relation to the addressee. For example, in the media under foreign influence¹², it is sometimes through non-cooperative speech strategies that addressees discredit heads of state and satisfy the needs of their audience [Benevolenskaya, Wu Xiaohong 2021].

5. M.Y. Oleshkov summarizes the various typologies of speech strategies and notes that we can conventionally divide speech strategies into three types according to the intent of the speaker/writer: "1) discursive strategies aimed at structuring, organizing the discourse; 2) rhetorical strategies that influence the partner; 3) compensatory strategies aimed at correcting communicative errors". [Oleshkov 2007: 168]. The intention of the addressee is the basis for the selection of speech strategies. In mass communication, the addressee of a media text tends to use rhetorical strategies to influence the addressee.

It is easy to see that the above parameters overlap with each other. Among them we can distinguish such types as the parameter of communication intention/intention, the parameter of communication purpose, the parameter of communication rules, and the parameter of communication situation. We believe that these parameters cannot be considered in isolation, they represent different sides of speech communication and can be simultaneously applied in the design of speech strategies and tactics.

So, we have summarized some parameters of speech strategy classification, which help to identify speech strategies in the analysis of the text. There are various other typologies besides the ones we list. The question of classifying speech strategies remains open.

In our study, based on a comprehensive approach, we identify speech strategies used in the texts of the Russian media, according to the intent of the addressee (the author and/or the publication as a whole) in different situations, while taking into account the characteristics of the speech impact and the principles of communication. In particular, the intention of the addressee in the texts of the media is influenced by the focus of the publication, which is also associated with the specifics of mass

communication.

1.3 Media text and its communicative specifics

1.3.1 *Mass medium and SMI*

Clarifying and distinguishing between the concepts of *mass media* and *SMI* is still a difficult problem in Russian research. Following E. L. Vartanova, we believe that this phenomenon can be called a “terminological disorder”, in which “often the same concepts mean different phenomena and, conversely, the same phenomena and processes are designated differently by Russian researchers” [Vartanova 2019: 34]. For example, the concept of “media” is interpreted by scientists as both “*SMI*” and “mass media”, and the concept of “mass media” is used as a synonym for “*SMI*”. However, in our opinion, there is a difference between them.

It should be noted that in Russia the term *media* appeared earlier than *media* and *mass media*. In our study, we consider the scope of these concepts, regardless of the time of occurrence. We believe that the term *media* is broader in content than the mass media and *SMI*.

Media comes from the Latin *medium* - "intermediary". Various researchers are studying media, such as M. McLuhan, L. M. Zemlyanova, K. B. Jensen and others. In a broad sense, media is defined as all household items, technologies or various types of communication that expand the human personality [McLuhan 1964], in a narrow sense, various means of communication and ways of transmitting information in communication [Zemlyanova 2004; Jansen 2008].

The formation and development of this concept is revealed by I. V. Zhilavskaya: originally, the word "media" was used to refer to people who served as an intermediary between the material and spiritual worlds: (cf. magician, shaman, etc.). Subsequently, this concept was interpreted as an environment that influences social thoughts, and then, with the development of information technology, the word *media* began to denote the means of mass communication [Zhilavskaya

2016].

So, the term *media* is a broad concept that includes all means and methods of communication, including any substance with which this connection or communication is created (TV, radio, clothes, people, etc.).

Based on the substantive basis of the concept of media, let's turn to its variety - *mass media*, which is seen as a social institution, industry or technology [Shapinskaya 2003; McQuail 2013], through which information is disseminated to a mass audience. A. A. Kuznetsov points out the difference in the understanding of this term in Russia and other countries: “abroad, mass media means a certain form of communication for the mass of people, which is focused on the transfer of certain information <...> In Russia, the concept of mass media combines the mass media and the mass media communications” [Kuznetsov 2020: 539]. That is, various media (media) and their study belongs to the sphere of mass media.

Thus, the mass media are part of the media and an intermediary in establishing mass communication. At the same time, in Russian works, the concept of mass media is broader than the SMI (mass media).

As for the definition of the term *SMI*, there is also no unity in scientific use. For example, in the reference dictionary “Advertising and Polygraphy” (2004), edited by S. I. Stefanov, the media are interpreted as “means of replicating, storing and distributing information for a mass audience” [Stefanov 2004: 280]. O. G. Filatova adds the corporate nature of the generation and transmission of information to the concept of mass media [Filatova 2006]. According to the interpretation of the Great Current Political Encyclopedia, the *SMI* is a “complex of publications and technical means” [Belyakov and Matveycheva 2009: 378].

In order to fully reveal this concept, in addition to scientific papers and dictionaries, we rely on the law of the Russian Federation “On the Mass Media”. From a legal point of view, “mass media means a periodical printed publication, an online publication, a TV channel, a radio channel, a TV program, a radio program, a video program, a newsreel program, another form of periodic distribution of mass

information under a permanent name (name)” [Federal Law No. 142 2011]. In this definition, the *SMI* refers to specific ways of transmitting information. If the mass media include TV, radio, publishing and other industry products, then the *SMI* include specific TV channels, radio programs, publications and their products, such as teletext, video recordings, video text, etc.

Comparing the concepts of mass media and *SMI*, we believe that mass media act as an intermediary in the creation of mass communication, provide the ability to communicate information through television, radio, the Internet, etc. The *SMI* are specific ways of transmitting information and implementing mass communication. Thus, the *SMI* is a special kind of mass media. Moreover, the differences in the *SMI* include the presence of media texts (*SMI* texts) that express information verbally. Moreover, by means of distribution, media texts can be presented in the form of written texts, videos, radio programs, photographic materials, etc.

In our work, written texts of online media publications (RIA-Novosti, TASS, Rossiyskaya Gazeta), including transcripts of radio texts (in the publications of Echo Moskvy³, Dozhd⁴), were considered as research material.

1.3.2 Media text as an object of linguistic research (within the framework of pragmatic and cognitive-discursive approaches)

As we already noted in §1.1 "Modern linguistic approaches to the study of text as a speech work", the study of the text is possible within the framework of pragmatic and cognitive-discursive approaches. In our opinion, these approaches are also suitable for the study of *SMI* texts (media texts).

Within the framework of the pragmatic approach, the text of the media acts as a speech act, since the text of the media corresponds to such basic features of the speech act as: linguistic convention (at the stage of locution), communicative intention (at the stage of illocution) and purposeful influence on the addressee (at the stage of perlocution). At the same time, while retaining these characteristics, the

media text has its own specifics. With the help of the mass media, communication is realized between the addresser (the author and / or the publication as a whole) and the addressee (mass audience). An analysis of a specific situation and the conditions for creating a media text is inseparable from the cognitive-discursive approach. So, both approaches (pragmatic and cognitive-discursive) are important for describing the essence and specifics of the SMI text (media text).

According to the definition of I. V. Rogozina, “a media text is a verbal speech work created for the purpose of mediated communication in the field of mass media and characterized by a clearly expressed pragmatic orientation, the main goal of which is social regulation” [Rogozina 2003: 98]. Using the synthesis method, the scientist characterizes the media text and refers it to the media sphere, distinguishes it from oral speech or interpersonal communication in that the media text is intended for a mass, predictable and distant audience. This determines the mediation of this form of communication and the function of social impact.

Media texts can be called media texts. According to G. Ya. Solganik, since “media text is a kind of text belonging to the mass media, characterized by a special type of author (fundamental coincidence of the speech producer and its subject), a specific text modality (open speech, a diverse manifestation of the author's self), designed for mass audience” [Solganik 2005: 15]. With this understanding, media texts retain the features of the text and act as communication tools in the field of mass media. In addition, media texts belong to the journalistic style and require differentiating study depending on the specific situation of communication (radio, television, newspaper and journalistic texts).

T. G. Dobrosklonskaya considers media text as a basic category of media linguistics. In her opinion, a media text is “a three-dimensional multi-level phenomenon, the concept of which is based on an organic combination of verbal and media units” [Dobrosklonskaya 2008: 19]. This definition notes the need to combine linguistic and extralinguistic factors. The concept of media text is used for texts that are designed for a mass audience, combine verbal, visual or audiovisual components

of speech and are distributed through specific channels.

Thus, the media text has its own properties, which include media, mass character, functionality, mediation, etc., which helps us to define the media text as a product of mass communication, which is created by the author or a team in order to influence the mass audience and create society.

Currently, when studying SMI texts (media texts), various methods of linguistic analysis are used: content analysis, discursive analysis, semantic analysis, stylistic analysis, etc. In our work, a comprehensive, integrated approach is used, which allows us to reveal the features of media texts of various directions, the mechanisms for their creation and impact on a mass audience.

So, based on the theory of speech acts, we consider the media text as an integral speech act in mass communication. We use a pragmatic approach to identify the intention or intention of encoding a text by an addresser, and a cognitive-discursive approach to a detailed analysis of the characteristics of the sphere of mass communication, the characteristics of communicants in the process of generating and perceiving media texts. As mentioned above, the formation of intention and the choice of speech strategies for its reflection are inseparable from understanding the specifics of the addresser and addressee, therefore, in the following paragraphs, we will turn to the characteristics of the addresser and addressee of media texts.

1.3.3 Term media text hyperaddresser

The addresser in the media is the subject, the initiator of the process of mass communication. Any person can act as an addressee, for example, a journalist, politician, economist, etc. It is important that the activity of the addresser is aimed not only at the transfer of information, but also affects its perception by the addressee.

The study of the characteristics of the addresser of media texts by Russian scientists confirms that the addressee can be not one person, but a group of people (T. G. Dobrosklonskaya, V. I. Konkov, V. G. Kostomarov, A. A. Leontiev,

Yu. V. Rozhdestvensky). Scientists state the same position, namely, that media texts are produced by a team and represent the interests of some social group. For example, V. I. Konkov emphasizes that in a newspaper text “authorship is collective, representing the opinion of the editors” [Konkov 1995: 12]. T. G. Dobrosklonskaya notes that news texts are usually collegial and are distributed “from the corporate person of news agencies - Interfax, ITAR-TASS, CNN, Reuters, BBC, etc.” [Dobrosklonskaya 2005: 30–31]. Professor of Moscow State University Yu. V. Rozhdestvensky in his monograph "Theory of Rhetoric" (2006) also points to the corporate nature of the creation of media texts, since the speech workers in the media are "organizations within which individual workers work on the basis of the division of labor" [Rozhdestvensky 2006: 351]. As A. A. Leontiev notes, the media has a dual subject. On the one hand, this is one person or individual, on the other hand, a collective or society as a whole. “In socially oriented communication, the communicator always represents, represents the opinions, beliefs, information of the social group or society” [Leontiev 2008: 135].

We agree with the ideas expressed by scientists and believe that the sign of collegiality of the addresser of media texts is very important. The speech of an individual addresser corresponds to the interests and style of the working group or publication, of which the addresser is a part. In other words, the addresser is a representative of a certain group, to a certain extent, a sign that performs a substitute function.

In this regard, and based on the theory of Alan Bell, we use the term "hyperaddresser" to refer to the subject of media texts. The scientist in his work "Language style as audience design" (1984) proposed the term "referee design", that is, the speaker reacts to a certain context of communication, therefore, can apply a style associated with a certain social group that is not physically present in communication, but, however, it has an impact on the use of the language by the speaker. When a speaker adopts the style or manner of speech of the group with which he interacts or is part of, then we can call him a hyper-speaker [Bell 1984].

On the basis of the sign of collegiality of the addresser of the media text, which was developed in the works of T. G. Dobrosklonskaya, V. I. Konkov, V. G. Kostomarov, A. A. Leontiev, Yu. V. Rozhdestvensky, as well as based on the theory of Alan Bell, we proposed the term "hyperaddresser" to refer to the subject of the media text. In our work, the author of the media text (media text) and the news agency (publication, media holding, etc.) are considered by us as a single hyperaddresser who builds the information field, while broadcasting the position and concept of the publication in information text genres, where speech strategies are implemented, the use of which responds, among other things, to the intentions and goals of the author. Thus, the following conclusion is made: the concept of a hyperaddresser contains two constituents that support and reinforce each other - this is an author and a publication that have a common intention in transmitting information, in this work we also call it the intention of a hyperaddresser.

The position of the publication affects the coverage of information by the hyperaddresser. Accordingly, the specificity of the publication directly affects not only the content and style of news texts, but also the intention of the **hyperaddresser**. Each publication has its own specifics and its own communication goals. For example, opposition publications, compared to pro-government ones, are characterized by coverage of other views on current events and do not always take the side of the state authorities. This specificity affects the intention of the *hyperaddresser*, which forces him to use speech strategies of discrediting, irony, and reducing the image of leaders when creating media texts. It should be recognized that collegiality strengthens the purposeful activity of the hyperaddresser, who, through the media text, conveys his point of view and at the same time passes it off as a general one.

The collegiality of the addressee of the media text also leads to differences in the selection of information when communicating with readers. It is easy to see that publications have their own preferences in covering information, not all of them choose the same information. For example, when selecting research material, we note

that texts in the media under foreign influence¹² cover the international activities of the leaders of Russia and China less than in the media not under foreign influence². This is because, on the one hand, the hyperaddresser serves some publication, which determines his intention to transmit information, and on the other hand, the hyperaddresser also limits the dissemination of information according to his communication intention. This phenomenon is also explained by the psychologist K. Lewin, who in his work "Field Theory in Social Science" (1951) proposed the concept that the flow of news is controlled, changed by the so-called "gatekeeper" (English gatekeeper, the theory of gatekeeping) [Lewin 1951]. The role of the "gatekeeper" is played by both the editor and other employees of the publication involved in the process of selecting information [McNelly 1959].

The work of the "gatekeeper" is carried out in two stages: 1) the stage of information selection and 2) the stage of encoding media texts [Bass 1969]. At the selection stage, the addresser selects information that corresponds to his communicative goals. At the stage of encoding, the addresser can encrypt the content of media texts in accordance with his intention and using speech strategies.

In our work, the gatekeeper is not only the individual news writer, but the publication as a whole. As mentioned above, their position and intention coincide, therefore, when selecting information and encoding media texts, they can act in unison. Thus, the specificity and direction of the publication influence the process of creation and dissemination of information by the **hyperaddresser**. Moreover, at present most of the news is reported on behalf of publications in general. But there are also cases when the texts in any edition are written by specific authors. Accordingly, the question arises about the relationship between the collegial nature of the creation of media texts and the individual style of the author.

In modern linguistics, the author's idiosyle, that is, individual style, is understood in a broad sense as "a set of deep generative mechanisms for creating a text space by a certain author that distinguishes him from others; in a narrower sense, idiosyle is associated with a system of linguistic and stylistic means characteristic of

the creative manner of a given writer" [Zubinoва 2016: 10].

In order to reflect our vision of the above problem, we will present the material of one of the popular Russian media (without delving into the parameters of the content of the text, we will only list the features of the author's idiosyncrasy). Having examined the texts of the well-known journalist Andrei Ivanovich Kolesnikov, who works in the Kommersant media holding and is considered a journalist of the "Kremlin pool", we note that his idiosyncrasy has the following features:

1) expressive colloquial style with idioms, other phraseological units: "Come on..."; right there; something; and God forbid them, the flag in their hands, as we say, go ahead! (Kommersant, 21.10.2021); just the same; foot to foot; how; And they swim ... Wherever he needs; thank God, etc. (Kommersant, 13.10.2022)

2) after quoting direct speech - a relaxed "lyrical" author's commentary with parcel constructions, as if conveying the generation of thought and speech right in the text: — *"You were just talking about hospices... I would give you for that..., "* said Vladimir Putin. *And not for what, then, for which the Nobel Committee gave. But Vladimir Putin cannot give the Nobel Prize. However, it can give, for example, the State. Or at least push* (Kommersant, 21.10.2021). — *"Yesterday at the Energy Week, after consultations with your Minister of Energy and with the head of Botas, we agreed with Gazprom, I said this publicly: if there is an interest from Turkey and our potential buyers in other countries, we could consider building another gas pipeline system and the creation of a gas hub in Turkey for sales to other countries, to third countries, primarily, of course, to European ones, if, of course, they are interested in this,"* Mr. Putin said. *Yes, the President of Russia spoke about this, and many did not take the possible project seriously. This, it seems, could not be said about Alexei Miller.* (Kommersant, 13.10.2022). After the quotation, one gets the impression of a double dialogue - V. Putin and the journalist, as well as the journalist and the reader. The combination of exact quotes from the dialogue between Vladimir Putin and a journalist, on the one hand, and a "lyrical" commentary containing the thoughts of a journalist, which he, as a private person, shares with another private person - the

reader, we note as a feature of A. Kolesnikov's style.

Thus, the state in the person of Vladimir Putin is the guarantor of accuracy, justice, order, which allows a journalist-commentator to share a good mood with a reader - a private person, to live freely and relaxed under the protection of the state. The journalist comments on V. Putin's speech, while analyzing the information, and does not criticize the president, as the media under foreign influence¹² do, and at the same time does not praise him, as is done in the media not under foreign influence²;

3) the use of expressive means (language game, metaphor, parallelism, paraphrase, etc.): The struggle of the Valdai boys. How club members resisted Vladimir Putin (headline); Oh, don't wake up famously while it is sleeping... (Kommersant, 10/21/2021). Yes, with gas - we are! Yes, we are Asians!; He bathed in them (Kommersant, 10/13/2022).

In particular, the expression wrestling of the Valdai boys comes from the game of the Nanai boys, which is a well-known dance number of the Soviet stage. Two boys come out in national costumes and fight, but in fact, one person is hiding in the costume of two boys. Thus, here the journalist does not mean a real struggle, but uses political jargon, which means that there is no struggle between the President of Russia and the editor-in-chief of the opposition *Novaya Gazeta*⁹, Dmitry Muratov. The journalist, referring to the experience of the stage of Soviet times, focuses on his relatively age (40+) reader who is loyal to the Soviet way of life.

It should be noted that all of the listed features of the idiostyle correspond to the specifics of the *Kommersant* publication: 1) an active appeal to a precedent statement, for example, proverbs, winged words [Astafieva 2019]; 2) "each heading is accompanied by a subheading" [Ibid: 56]; 3) Speaking. When transmitting information, the journalist uses living language, relatively neutrally covers the actions of V. Putin, which corresponds to the specifics of the publication, which is aimed at

⁹ On June 28, 2023, the Prosecutor General's Office of the Russian Federation decided to recognize the activities of the *Novaya Gazeta* publication as undesirable on the territory of the Russian Federation. Here we only mentioned this organization with an indication of its status, we do not quote the materials created by it.

attracting the attention of readers to itself and objectively transmitting information.

In our opinion, if a journalist publishes his point of view in a certain publication, then, most likely, his opinion does not contradict the presentation of the publication, i.e., the author and the publication act as a single whole, have a common intention, and coincide in their views. The style of the author of the article in this case also meets the requirements of the publication, so the text of the author can be considered expressed from the “face” of the entire publication. This position was proved by us in the article “Speech strategies and linguistic means of realizing the intention of the hyperaddresser of news texts covering the international activities of V. Putin and Xi Jinping” [Wu Xiaohong, 2022b]. In the material we analyze, journalist Dmitry Smirnov, when reporting on the international activities of the leaders of China and Russia, uses irony, colloquial vocabulary, and an informal style, which at the same time refers to the specifics of the Komsomolskaya Pravda publication in which he works, namely, the tendency to irony in the text and colloquial the style of presenting the material is its distinguishing features. At the same time, the intention of the journalist is consistent with the intention of the publication to get closer to the reader, to attract the attention of a mass audience [Wu Xiaohong 2022b].

Thus, despite the fact that several publications indicate a specific author of the text, the journalist, for his part, builds an idiosyle in accordance with the intention of the publication for which he creates his work. In turn, the media holding supports its author and enhances his credibility in the media. This is how the mutual influence and unification of the author and publication into a super-unit of communication takes place - a hyperaddresser. Currently, a journalist does not act on his own, but belongs to a certain association and observes professional standards, therefore, although each journalist has his own manner of presenting information, this does not exclude him from the concept of a hyperaddresser.

1.3.4 The role of the addressee in the creation of the media text

1.3.4.1 Counter intention of the addressee

The intention of the hyperaddresser acts as a dominant in the generation of media texts, however, mass communication will be effective only if the addressee adequately decodes and perceives the intention of the hyperaddresser. As noted earlier, the addressee is the recipient of the information. “A complete picture of communication can only be presented if its dialogic nature is recognized, which means that the initiator of speech in the process of speech thinking enters into a dialogue with the intended recipient, modeling his possible reactions, and that the addressee inevitably also affects the addresser” [Duskaeva 2012: 36]. Thus, in mass communication, along with the desire for effective communication, mutual understanding between communicants and the use of suitable speech strategies, the hyperaddresser inevitably takes into account the role of the addressee and his **counter-intention**.

This concept is practically not studied in linguistics, but the concepts of "intention" and "counter intention" were introduced in the American composer John Cage, who considered the relationship (communication) between the composer and the performer in his work *Autobiographical Statement* ("Confessions of a composer", 1948). Today, this concept is also used in the field of music - to study the process of interaction between the composer and the audience, in this case, the counter intention means the intention of the audience [Prikhodovskaya 2014].

We will consider the counter intention of the addressee when decoding media texts based on the works of Umberto Eco on the role of readers. The scientist draws attention to the role of readers in the interpretation of texts from the point of view of semiotics. In 1979, in his monograph “*The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics of Texts*” emphasizes not only the role of the reader in the process of decoding texts, but also the fact that the text has its own rules that limit its understanding by the reader [Eco 1979].

Subsequently, U. Eco, in a series of lectures entitled “Six Walks in the Fictional Woods”, (1994, Russian translation came out in 2003), substantiated the concepts of an empirical and exemplary reader [Eco 1994]. An experiential reader is any person who reads a text. “Empirical readers read the text in different ways, and there is no law that dictates to them exactly how to read” [Cit. by: Eco 2003: 19]. That is, an empirical reader may incorrectly decode the thought of the text that the author wants to convey to him. The correctness or incorrectness of the interpretation of the text is determined in relation to the exemplary reader - this is "a kind of ideal type in which the author sees a future colleague and even tries to create" [Cit. by: Eco 2003: 19–20].

In other words, the model reader is the ideal reader that the author predicts at the time of writing the text. The author himself is also a model reader. An exemplary reader, under the influence of speech strategies chosen by the author, interprets his intention and the meaning of the text. In this case, we believe that the intention of the author and the counter intention of the exemplary reader will coincide.

For an empirical reader, the counter-intention may differ from the intention of the author, and, accordingly, the interpretation of information will also be different. Nevertheless, an empirical reader can turn into an exemplary one if he correctly recognizes the intention of the author of the text and perceives it. (On the basis of this paragraph the article "Counter intention as a necessary factor in successful communication between hyperaddresser and addressee (on the materials of the RIA Novosti publication)" was published. [Benevolenskaya, Wu Xiaohong 2022]).

1.3.4.2 The term hyperaddress

Although the text of the media is available to any reader, in reality it is addressed to a certain potential audience. So, according to Yu. M. Lotman, “the text, as it were, includes the image of “its” ideal audience, the audience – “their” text” [Lotman 2000: 203].

I. M. Kobozeva explains that in dialogic communication interaction occurs directly between real people present in a communicative situation, and in mass communication communication is mediated, the addressee is "a potential indefinite set of persons" [Kobozeva 2003: 74]. The author of the media text has the ability to predict his addressee and count on "a certain group distinguished by gender, age, nationality, social, confessional, worldview, etc. characteristics" [Ibid.]. T. V. Chernyshova also notes that, "when interpreting an event, the writer cannot but take into account the figure of the addressee" [Chernyshova 2007: 15].

We share the point of view of scientists (N. D. Arutyunova, M. M. Bakhtin, A. Bell, I. M. Kobozeva, Yu. M. Lotman, T. V. Chernyshova) about the importance of the addressee in the process of mass communication. We believe that each *hyperaddresser* has its own target audience. So, by analogy with the concept of a *hyperaddresser*, we single out the concept of a *hyperaddressee* based on A. Bell's term. He first put forward the term hyper-addressee, which means that in communication the speaker adopts the style of speech of his audience. [Bell 1984].

We argue that a *hyperaddresser* can itself model its *hyperaddressee*. In fact, the author himself is a member of the group of his target audience, when he takes into account its style and needs. So, the role of the addressee is important for the addresser to report the event, the addresser and the addressee interact and influence each other.

In combination with our definition of the *hyperaddressee*, who in turn can be considered as an exemplary reader of media texts, it can be concluded that the counter-intention of the *hyperaddressee* is part of the process of encoding the media text. According to N. D. Arutyunova, the addressee factor occupies an important place in speech acts, it forces the sender to take care of his interests and intentions. N. D. Arutyunova emphasizes that the communicative intention of the addresser must be consistent with the intention of the addressee [Arutyunova 1981].

We believe that in order to achieve their communication goals, the media texts produced by hyperaddressers are first targeted at exemplary readers, since they have the same intentions. As T. L. Kaminskaya notes, "an analysis of media texts written

at the same time on the same topic for different target audiences shows that the most significant point in the pluralism of ways to provide information is, firstly, the already existing readership a request for a specific target audience, and, secondly, the views of the authors of the texts about this request, in other words, about the image of the target audience" [Kaminskaya 2009: 30]. For example, when creating media texts, the hyperaddresser Russian media that are not under foreign influence², when creating media texts, necessarily relies on their own intention and the counter-intention of his *hyperaddressee*, who, as a rule, supports the decision of the authorities and recognizes its competence. But each *hyperaddresser* is aimed at attracting the attention of other readers, so that empirical readers turn into exemplary readers, that is, *hyperaddressees*, so the appropriate and effective use of speech strategies and methods for their implementation has become a relevant and important subject of research [Benevolenskaya, Wu Xiaohong 2022].

It should be noted that in the media text the *hyperaddressee* is also characterized by collectivity, mass character. The media audience is divided according to various criteria, for example, by age, gender, interests, social status, etc.

The *hyperaddressee* is not only the final recipient of information, but also an "indicator" of the effectiveness of information dissemination. If the *hyperaddresser* uses inappropriate speech strategies, then the *hyperaddressee* cannot correctly decode the message, hence communication efficiency will not be achieved.

Moreover, the *hyperaddressee* is inclined to choose messages that correspond to his positions and counter-intention. "Each publication has its own readership (hyperaddressee), which expects a certain strategy from its publication" [Benevolenskaya, Wu Xiaohong 2021: 13]. For example, it is not surprising that readers who support V. Putin will most likely not read foreign-influenced media¹² that constantly criticize the Russian president through discrediting speech strategies, non-cooperative strategies, etc., which will give them unpleasant perceptions. Thus, the *hyperaddressee* has an affiliation, he can consciously or unconsciously attribute himself to a certain group.

We analyzed not only the characteristics of the *hyperaddresser*, but also the counter-intention and role of the *hyperaddressee* in the creation of media texts in order to lay the foundation for studying the use of speech strategies that achieve the effectiveness of mass communication. In the practical part of the dissertation, we will identify speech strategies from the point of view of a *hyperaddresser* who models his exemplary *hyperaddressee*. We believe that their intentions will coincide.

1.4 The study of media text as a tool for influencing people's consciousness

As a rule, the main functions of the media text are considered to be informational and influencing, and the latter of them dominates in most publications.

There are two points of view on the study of the problem of the impact of the media on the addressee: 1) the media have a significant impact on people; 2) The media have a limited impact, which is determined by a number of factors [Dzyaloshinsky, Pilgun 2011]. We believe that the first approach emphasizes the activity of the addresser and the passivity of the mass audience, that is, people obey the media. This approach is widely used in the study of speech impact in the works of such scientists as: R. M. Blakar, D. Bolinger, T. A. van Dijk, O. S. Issers, L. A. Kiseleva, G. Lakoff, I. A. Sternin, L. L. Fedorova, etc. However, in the framework of the second approach, attention is focused on the fact that a person selectively perceives information that corresponds to his opinion. That is, the role of the addressee in the assimilation of information is emphasized. Such views are called "media-oriented concept" and "human-oriented concept", respectively [Sharkov 2013].

In our study, the "media-oriented concept" is manifested in the fact that in mass communication the hyperaddresser (author and edition) of the media text, depending on his intention, uses speech strategies and influences the hyperaddressee (mass audience). At the same time, according to the "human-oriented concept", the counter intention of the hyperaddresser should be taken into account by the

hyperaddresser in the process of encoding media texts. Thus, the hyperaddresser and the hyperaddressee mutually influence each other. In addition, within the framework of the first concept, we can explore the impact of media texts on the hyperaddressee from the point of view of the intention of the hyperaddresser and the choice of ways to influence the audience. Within the framework of the second concept, we can explore the effectiveness of the impact of media texts in terms of the reaction of the hyperaddressee, as well as check the success of the speech strategies used by the hyperaddresser, which will help him attract more exemplary readers to his side.

In this paper, we study the speech strategies used in the media to implement the influencing function of the media text from the point of view of the addresser (according to the media-oriented concept) and based on the understanding of the speech impact of A. N. Baranova, E. P. Bayarutova, O. S. Issers and others.

"In most cases, speech influence - in a broad sense - is understood as speech communication, taken in the aspect of its purposefulness, motivational conditioning" [Issers 1999: 21]. The established communicative goal and motive of communication determine the specific speech act of people and the speech strategies used. According to O. S. Issers, the types of texts differ in the intensity of their influence [Ibid.]. In our opinion, unlike colloquial speech, media texts are, to a certain extent, persuasive acts that are started in order to convince the addressee of something. Media texts become "an instrument of power, an instrument for exercising information dictate, as well as a way of cognitive processing of the society and the individual in order to form a special picture of the world" [Kuzmina 2013: 6]. The functioning of the influence of media texts is also noted in the article by N. P. Benevolenskaya and N. L. Fedotova. Having studied speech strategies and tactics of medical discourse in the language of the Russian media, scientists note that a journalist, unlike a doctor, does not try to help "patients" accurately determine their condition, on the contrary, he tries to convince us that the reader, as a member of society, is sick [Benevolenskaya, Fedotova 2019].

From the point of view of cognitive linguistics, speech impact can be described

as "a set of procedures on the models of the world of participants in a communication situation, leading to the transfer of knowledge from one participant to another" [Baranov 1990: 11]. This means that speech influence is reflected in the consciousness of people, in their models of the world. Moreover, knowledge of the world is possible due to the development of cognitive categories, the formation of concepts and other methods.

In our work, it is assumed that in the texts of the Russian media not under foreign influence², the concept of creation, friendship and cooperation between countries is created when covering the international activities of the leaders of China and Russia, and in the texts of the media under foreign influence¹² a concept is formed, which can be conditionally called the concept of destruction of cooperation between China and Russia. All these concepts are implemented with the help of appropriate speech strategies, tactics, language techniques and means.

Despite the fact that in the dissertation work we study the media text as a tool of speech influence mainly from the point of view of the hyperaddresser of the speech act, we also studied this problem from the point of view of the reaction of readers, but to a lesser extent [Benevolenskaya, Wu Xiaohong 2021; Wu Xiaohong, Navasartian 2021]. So, the study of the perception of the text by the addressee belongs to the prospects of our work. But, regardless of the point of view from which the speech impact of the media text is studied, this process is associated with the use of speech strategies, with the help of which the hyperaddresser lays his intention when creating the text, so that the mass audience, when perceiving information, realizes what he wants to say, and on what he directs. That is why the subject of our study is speech strategies.

Conclusions

This chapter of the dissertation presents a theoretical basis for the study of speech strategies on the basis of Russian media texts.

The object of our study is the text of the media, which we consider as a speech act, since it has an illocutionary purpose and has a speech impact on a mass audience. To prove the acceptability of this approach, we noted on the basis of the fundamental concepts of linguistics "language-speech" that the text actually reflects the dialectical unity of language and speech. In the second half of the 20th century, due to linguistic expansion, scientists began to pay more attention to the problems of speech, the use and functioning of language in various situations. This contributed to the formation and development of a special discipline - pragmatics. Thus, we rely on a pragmatic approach to the study of the text and on the theory of speech acts.

The theory of speech acts (TRA) was put forward by J. Austin, who first drew attention to the functioning of the action of the language when it is used, that is, a person says something, which means he performs an action. Within the framework of TRA, a speech act is studied, which is recognized as the minimum unit of speech activity. The features of this concept are reflected in the multi-level structure proposed by the founders of the TPA, J. Austin and J. Searle.

In our study, we rely on the theory of J. Austin that a single speech act is realized at 3 levels: locutionary, illocutionary and perlocutionary acts are distinguished. According to this structure, we have established that the media text can be understood as a speech act in mass communication. At the stage of *locution*, when encoding a media text, the addresser performs an internal act of pronunciation, observes the rules of grammar and uses linguistic means to express the meaning of the statement. At the stage of *illocution*, the media text written by the addresser has a specific purpose of communication (illocutionary purpose), for example, prompts the addressee to agree with the addressee or change his mind, and also allows the addressee to learn and understand the decision taken by the authorities, etc. The illocutionary purpose is influenced by many factors, such as the direction of the publication, the characteristics of the addresser and addressee, etc. Different illocutionary purposes cause language to perform different functions when it is used in the media. For example, Russian publications that are not under foreign

influence²are aimed at spreading a positive image of state power, while publications under foreign influence¹² are aimed at discrediting this image. At the stage of *perlocution*, the media text can influence the consciousness and behavior of readers. The expected perlocutionary effect depends on the appropriate application of speech strategies.

We apply an integrated approach with elements of pragmatic and cognitive-discursive analysis to our study. Within the framework of the pragmatic approach, the media text acts as an integral speech act. In addition, we apply a cognitive-discursive approach to the study of specific conditions for the generation of media text. Since the text of the media as a speech action or a product of mass communication has its own specifics, in particular, a special type of communicants (addresser and addressee).

The producer and recipient of a media text can be not one person, but a group of people, a team, society. As a result of the analysis of the works of scientists on this topic, we have clarified the term *hyperaddresser* and formulated the term *hyperaddressee*. According to our concept, a hyperaddresser includes two components - the author and the publication. They, as a single subject of speech, convey information in mass communication, while the specifics of the publication affect the style of the author and the very concept of a hyperaddresser. Despite the fact that in several publications a specific author of the text is indicated, the journalist, for his part, builds an idiosyle in accordance with the direction of the publication for which he creates his work. In turn, the media holding supports its author and strengthens his position in the media. This is how the mutual influence and unification of the author and publication into a super-unit of communication takes place - a *hyperaddresser*.

Each *hyperaddresser* has its own exemplary audience - the *hyperaddressee*, whose interests are consistent with the purpose of transmitting information by the hyperaddresser.

Media text has a pragmatic impact effect. Today, both an individual person and

society as a whole cannot evade the impact of the media, which is carried out with the help of speech strategies and methods for their implementation, this determines the significance of our subject of study.

Speech strategy in the language of the media is a set of planned speech moves aimed at achieving the goal of mass communication. The difficulty of studying this topic is that there is no generally accepted definition and unified classification of speech strategies. On the other hand, it is possible to single out the basic concepts on which the theory of speech strategies is based: the speech strategy is focused on planning and achieving a set goal; speech strategy is implemented with the help of speech tactics and language means.

There are various parameters for the selection of speech strategies. For example, by the intention of the addresser, by types of speech impact on the addressee, types of text, etc. In our study, we single out popular speech strategies used in Russian media texts, mainly taking into account the intention of the hyperaddresser (author and publication), which is influenced by the direction of the media. At the same time, we take into account the peculiarities of speech impact and the principles of communication.

So, the main concepts in the first chapter were "language and speech", "text", "speech act", "media text", "hyperaddresser and hyperaddressee", "speech strategy and tactics", "intention" and "counter-intention". The media text has a communicative purpose, we consider it as a single speech act, performed through the use of speech strategies, tactics and linguistic means by the hyperaddresser, with the help of which the influence on the consciousness or behavior of the (hyper)addressee is realized.

CHAPTER 2. SPEECH STRATEGIES AND WAYS OF THEIR IMPLEMENTATION IN RUSSIAN MEDIA TEXTS

2.1 Description and analysis of material by editions

2.1.1 Hyperaddresser's intention by editions

Mass media are not only a part of our daily life, but also a tool for influencing our consciousness and behavior. Media texts covering the international activities of the leaders of China and Russia can play both a constructive and destructive role in creating relations between China and Russia, as well as in shaping the image of states and the image of leaders. Different language means allow presenting the same information with the necessary intention. To explore speech strategies and ways to implement them in the Russian media, we chose the most authoritative Russian publications — RIA Novosti, ITAR-TASS, Rossiyskaya Gazeta, and foreign-influenced publications¹² — Echo Moskv³, Dozhd⁴, analyzed the written texts of the media, informational notes posted on the official websites of these publications. *

Russian media, not under foreign influence², serve the interests of the state and report on events from the point of view of the government. In our work, the texts of the media that are not under foreign influence² (RIA Novosti, ITAR-TASS, Rossiyskaya Gazeta), covering the international activities of the leaders of China and Russia, are aimed at reflecting the friendly relations between the two countries, strengthening cooperation between the countries, as well as forming a positive the image of states and the challenge of approval of the actions of the authorities in all spheres. The media texts of these publications emphasize the creative role of both Russian President Vladimir Putin and Chinese President Xi Jinping.

* It should be noted that our study was carried out from 2019 to 2022. In particular, the selection and analysis of the material was completed until 2021, when the information resources of Echo Moskv³ and Dozhd⁴ were not blocked for violations of the legislation of the Russian Federation. The results of the study published by us in the journals of the Higher Attestation Commission can prove the reality of the materials under study. In accordance with the current legislation of the Russian Federation, this work indicates the current status of these publications in special footnotes.

After analyzing the texts we selected, depending on the degree of fruitful areas of cooperation between China and Russia, we divided them into three topics: "Culture", "Medicine", "Economy and business". We believe that the intention of the hyperaddresser in the media not under foreign influence², when conveying messages about cooperation in the field of culture, is to stimulate mutual understanding and interaction between China and Russia. In messages about medicine, the hyperaddresser is aimed at showing the joint fight against the enemy - the coronavirus - and other difficulties in the development of medicine in the two countries. In news texts about the economy and business, the intention of the hyperaddresser is to demonstrate mutual assistance, achievements, joint projects of China and Russia. Thus, the Russian media, which are not under foreign influence², support the decision of the authorities of these countries, cover the friendly bilateral relations between China and Russia, and contribute to the development of Russian-Chinese relations in various fields.

Media under foreign influence¹² are opposed to publications not under foreign influence² in terms of their ideology and political position. They convey information to readers from a different point of view, they try to point out the shortcomings of the government, criticize its decisions, that is, in the texts covering the international activities of V. Putin and Xi Jinping, there is no intention to show good relations between China and Russia. Foreign-influenced media outlets¹² such as Echo Moskvy³ and Dozhd⁴ often seek to arouse in the hyperaddressee a negative attitude towards the government's decision and doubts about cooperation between the two countries. In particular, the intention of the hyperaddresser in texts about culture is to discredit the images of the leaders of countries, reduce the effectiveness of intercultural communication, and show non-recognition of each other's culture. In texts about medicine, the hyperaddresser of the media under foreign influence¹² does not show mutual assistance and support between China and Russia in the fight against coronaviruses, but causes the reader to distrust the measures of state power. In media texts about economics and business, the hyperaddresser does not aim to endorse or

promote cooperation and good relations between the two countries, but tries to show that cooperation between China and Russia is built only on the basis of modern state interests, and not friendship.

It should be noted that we do not support either the media not under foreign influence² or the media under foreign influence¹², maintaining a purely scientific approach to the phenomena of language. That is, it is important for us to conduct a comparative analysis. We have selected media texts with different orientations and intentions in order to fully and comprehensively demonstrate the linguistic features of the Russian media. In addition, the media texts we have selected contain the direct words of speech workers, in the role of Xi Jinping, V. Putin and other speakers. They express their point of view on a certain topic, which is reported by the media, which is also used by the hyperaddresser to convey their intention and achieve the communicative goal.

The collection of material was carried out by searching for keywords - "Xi Jinping", "Putin", "leader of China", "Beijing", "PRC", "Russia and China". The selected media texts were divided not only by their direction (not being / under foreign influence²), but also by thematic blocks, namely, by the headings "Culture", "Medicine", "Economics and Business". During the study of the material, content analysis, the method of continuous sampling and the descriptive method were used.

So, based on the media texts we have selected, we will highlight the speech strategies used by hyperaddressers to confirm our hypothesis that the hyperaddresser of Russian media texts that are not under foreign influence² has a creative intention when transmitting information about cooperation between China and Russia, and hyperaddresser of texts of other media under foreign influence¹², destructive intention.

2.1.2 Counter intention of the hyperaddressee by publications

As noted earlier, the hyperaddresser models his addressee, and each publication has its own readership, which expects certain assessments of events from its

publication, namely, those corresponding to the hyperaddresser's model of the world. Thus, the hyper-addressee of the media not under foreign influence² is waiting for a positive assessment of the friendly relations between China and Russia, and the hyper-addressee of the media under foreign influence¹² is waiting for criticism of the government's decisions on cooperation between the two countries. We cite material and present the results of studies published in our articles to support our opinion.

The counter intention was studied by us in a joint article “Counter intention as a necessary factor in successful communication between a hyperaddresser and an addressee (based on the materials of the RIA Novosti publication)” [Benevolenskaya, Wu Xiaohong 2022], the research material was news texts published on the RIA Novosti website and highlighting cooperation between China and Russia in the field of economy and business. After reading the text, readers can respond to the news by leaving a comment or by choosing one of the signs presented. It has been established that if the majority of readers understand and assimilate the intention of the hyperaddresser, then he correctly predicts his exemplary readers, respectively, the counter intention of the hyperaddressee coincides with the intention of the hyperaddresser, and the speech strategies used can be considered successful.

According to the specifics of RIA Novosti, which, as one of the Russian publications that are not under foreign influence², is that when transmitting information, a positive image of the state is formed and the desire is realized to arouse the readers' approval of the actions of the authorities in all spheres [Wu Xiaohong, Navasartyan 2021]. In the selected material, the hyperaddresser's intention is to present to the mass audience the friendly relations between China and Russia. For example, it emphasizes the growth of trade between the two countries: “*The trade turnover between Russia and China in the first four months of 2022 increased by 25.9% compared to the same period last year and amounted to \$51.09 billion, according to data released on Monday by the Main Customs Administration of China. <...> Separately, in April, the trade turnover between Russia and China amounted to \$12.66 billion, exports from China to the Russian Federation reached \$3.8 billion,*

imports from Russia to China - \$8.8 billion. (RIA Novosti, 09.05.2022).

408 people reacted to this news, of which 371 people chose signs of approval (thumbs up and smiley), 27 people chose a sign of disapproval (sadness, anger and a thumbs down). In addition to emoji, 6 readers left comments, in which the majority of readers also expressed a positive assessment of the cooperation between the two countries. For example: *Fine; Good relations with a normal country that does not steal income from the sale of goods; Someone tell me good Chinese actresses, otherwise it's already sick to look at old ladies like Angelina Jolie, etc.* These readers, using language units with a positive connotation (*good, good, normal*) express their approval of China and support for cooperation between China and Russia. Moreover, by comparing China with a country that steals the income from the sale of goods, comparing good Chinese actresses with American ones, especially using lexemes with a passive meaning (*vomit, old lady*) to express attitude towards the American actress, highlights the positive evaluation for the Chinese side.

Thus, we can assume that the hyperaddresser in text encryption correctly predicts his (exemplary) readers and successfully applies the speech strategy of persuasion and proof tactics so that the counter-intention of the majority of readers of this message coincides with the intention of the hyperaddresser. The counter-intention of these (exemplary) readers also consists in trusting and approving the actions of the state authorities, supporting friendly relations between China and Russia.

In another article “The theme of the fight against coronavirus in the texts of the Russian media (analysis of speech impact)”, N. P. Benevolenskaya and I analyzed news texts about the coronavirus and readers’ reactions to this news, which are posted on the website of the publication “Echo of Moscow”³, which is under foreign influence¹².

For example, “*He will report it himself as soon as it happens,*” *the press secretary of the head of state, Dmitry Peskov, told reporters. Earlier, Putin himself said that some of his relatives, as well as people from his inner circle, had been vaccinated [President Putin has not yet been vaccinated ...].* (Echo Moskvyy,

23.10.2020³¹⁰).

In this text, the hyperaddresser used non-cooperative strategies, a strategy of discrediting, accusatory tactics, which are implemented through a negative sentence and comparison, in order to emphasize that the president has not yet been vaccinated and lead readers to doubt and accuse him: *And why didn't they take root themselves, but began to advertise, Mr. President?*³¹⁰ и т. д. In the comments, readers in an ironically rude form turn to the president. Moreover, almost all expressed a negative attitude to the information. It is obvious that the hyperaddresser successfully carried out the perlocutionary act and received the expected effect of speech influence - the dissatisfaction of the readers. So, we can say that the counter intention of the hyperaddressee of the Echo Moskvу media³, which is under foreign influence¹², coincides with the intention of the hyperaddresser.

The above examples demonstrate the importance of counter-intention in media texts (RIA Novosti, Echo Moskvу³). First, the hyperaddresser is able to correctly predict the reaction of his readers. Secondly, the counter-intention of the majority of readers actually coincides with the intention of the hyperaddresser. It depends on the speech strategies used and the means of their implementation. We believe that the more official the media and the more appropriate the words they use, the more desired results they can achieve. This is the criterion for choosing publications for our study, so we will analyze the speech strategies used and how they are implemented in the selected material posted on official publications with various directions.

2.2 Speech strategies and ways of their implementation in media texts from the section "Culture"

With the development of relations between China and Russia, the number of

¹⁰ This message was created by Echo Moskvу³, a foreign-influenced media outlet that violates the laws of the Russian Federation, whose editor-in-chief was included in the register of foreign agents in April 2022. The Echo Moskvу³ information resource itself was not recognized by a foreign agent. Access to the Echo Moskvу³ resource has been limited since 2022 due to violations of Russian law.

people studying Chinese and Russian in both countries is continuously growing. According to Rossiyskaya Gazeta, at present, 173 Chinese universities have a specialty in Russian Language and Literature, in which 35,000 students study. At the same time, over the past twenty years, interest in the Chinese language has increased tenfold or more among Russians. [URL: <https://rg.ru/2021/02/11/interes-k-russkomu-iazyku-v-kitae-i-kitajskomu-v-rossii-vyros-v-razy.html>]. This trend is due to close cooperation between the two countries in the field of culture. It is impossible to learn a language if you do not penetrate into the culture of the people, and culture, in turn, strongly influences the development of the language. Cultural cooperation between China and Russia is not only reflected in a number of popular projects, but also in the communication between Russian President Vladimir Putin and Chinese President Xi Jinping, their international activities also directly show the relationship and cooperation between countries. During state visits of leaders, their negotiations, and in informal situations, intercultural communication takes place, which is why the study of these media texts is of particular importance.

Our selected news coverage of the international activities of the leaders of China and Russia includes the following cultural events (including education):

- 1) Holding a Russian-Chinese media forum;
- 2) Russian Exhibition of the Moscow Kremlin Museum in China;
- 3) Exhibition of books at St. Petersburg State University;
- 4) Transfer to the Moscow Zoo of giant pandas from China;
- 5) Celebration of Vladimir Putin's birthday with Xi Jinping;
- 6) Presentation of a birthday present from Vladimir Putin to Xi Jinping;
- 7) Presentation of the title of Honorary Doctor of Tsinghua University to V. Putin;
- 8) Cooperation between Russian and Chinese universities;
- 9) Presentation of the Order of Friendship to V. Putin;
- 10) Xi Jinping is awarded the Order of the Holy Apostle Andrew the First-Called;

11) Event in honor of the 70th anniversary of diplomatic relations between Russia and China;

12) Congratulations to V. Putin on the 75th anniversary of the Victory from Xi Jinping;

13) Military parade in honor of the 70th anniversary of the founding of China;

14) Joint preservation of the memory of Soviet soldiers.

Note that we will consider the parade and the event to preserve the memory of Soviet soldiers as cultural events, because the parade has now become almost ceremonial, as forms of the country's festive culture, and the memory of history, which is included in part of the culture.

This chapter presents the most striking examples and lists popular speech strategies and tactics that reflect the intentions of hyperaddressers in transmitting information, and also highlights the linguistic features of media texts of media that are not / are under foreign influence².

2.2.1 Speech strategies and tactics in media texts not under foreign influence on the topic "Culture"

The intention of the media, not under foreign influence², when distributing media texts covering the international activities of V. Putin and Xi Jinping in the field of culture, is to deepen cultural interaction between China and Russia, to stimulate cultural exchanges between the peoples of the two countries. In our opinion, the news texts of the media that are not under foreign influence² (RIA Novosti, ITAR-TASS and Rossiyskaya Gazeta) serve as an impetus for the development of intercultural communication.

The analysis of selected media texts of this direction allowed us to identify popular speech strategies and tactics:

1) Speech strategy of self-presentation. It is implemented with the help of the “**identify your own**” tactics.

The speech strategy of self-presentation is aimed at creating an image of good relations between China and Russia in the eyes of the audience. The tactic of "designate your own" is based on the theory of O. S. Issers about the cognitive category "one's own circle". By "our" we mean Russia and China. The tactic of "designate your own" is expressed using the following linguistic means:

(1) Nouns with the meaning of social, party solidarity: *colleagues, partners, friends*: “*I would very much like that thanks to this exhibition, the artistic heritage of Russia would become even closer and more understandable to both Chinese friends and foreign guests of Beijing, and the upcoming anniversaries are the 70th anniversary of the founding of the PRC and the 70th anniversary of the establishment of diplomatic relations between our countries will bring our peoples even closer, fill broad humanitarian cooperation with new content,*” *the ambassador emphasized* (RIA Novosti, 29.08.2019); *Xu Lin noted that in recent years, under the leadership and personal advancement of Chinese President Xi Jinping and President Vladimir Putin, China and Russia have relied on each other as the most important partners in strategic cooperation and in the diplomatic field* (RIA Novosti, 09/03/2019); *Xi Jinping expressed his willingness to "work together with his Russian counterpart to unite efforts to resolutely defend victory in World War II, as well as for international justice"* (RIA Novosti, 03.09.2020).

According to the definition of the Big Dictionary, a colleague is a person with whom they work together [Kuznetsov 1998: 440]; friend - a person connected with someone by friendship [Kuznetsov 1998: 285]; partner - "participant of smth. joint activities" [Kuznetsov 1998: 784]. With such vocabulary, the hyperaddresser seeks to convey to readers that China and Russia are cooperating on the basis of friendly relations. It also allows the peoples of both countries to feel like a single entity. In addition, the hyperaddresser uses adjectives to describe these nouns (*Chinese friends, key partners, Russian colleague*), which emphasizes the mutual attention of countries to each other.

(2) First person pronouns with the meaning of a group of persons *ours, we*: *Under the*

leadership of Chinese President Xi Jinping and Russian President Vladimir Putin, cooperation between our countries has entered a new historical stage, rising to a new level. Our exhibition project, which is carried out by the most important museums of our countries, indicates that cultural cooperation between our countries has also risen to new heights. (TASS, 29.08.2019); The two leaders of our states [Russian President Vladimir Putin and Chinese President Xi Jinping] stated that cultural cooperation should be strengthened (TASS, 17.10.2019); Particular attention was paid to the successful holding in Moscow of a joint photo exhibition by TASS and Xinhua dedicated to the 70th anniversary of diplomatic relations between our countries, which during his visit, Chinese President Xi Jinping visited together with Russian President Vladimir Putin (TASS, 01.11.2019).

The intention of the media, not under foreign influence², when distributing media texts covering the international activities of V. Putin and Xi Jinping in the field of culture, is to deepen cultural interaction between China and Russia, to stimulate cultural exchanges between the peoples of the two countries. In our opinion, the news texts of the media that are not under foreign influence² (RIA Novosti, ITAR-TASS and Rossiyskaya Gazeta) serve as an impetus for the development of intercultural communication.

(3) Language units with the semantics of compatibility (*joint, jointly, together with, agree, agreement*) and unity (*single, common, unite, unity, etc.*).

Vocabulary with the meaning of jointness is used in news reporting on such cooperation projects as researching pandas, holding an exhibition in honor of the 70th anniversary of the establishment of diplomatic relations, jointly celebrating the 75th anniversary of the victory in World War II, transferring giant pandas from China to Russia, etc.: *The fact that the Chinese side is going to transfer two giant pandas to Russia for joint research became known at the end of April (RIA Novosti, 06/05/2019); <...> the agreement was reached during the negotiations between Xi Jinping and Putin, when he was on a visit to China (RIA Novosti, 05.06.2019); The exhibition, which will last until November 8, became the second part of the joint project of the*

Gugun Museum and the Kremlin Museums, timed to coincide with the 70th anniversary of the establishment of diplomatic relations between the countries (TASS, 29.08.2019); An agreement on the transfer of pandas Ruyi and Dingding by China to Russia was reached during the visit of Russian President Vladimir Putin to China in April 2019. (TASS, 02.09.2019); The TASS representative noted that during the meeting, held on the sidelines of the 4th BRICS media forum in Sao Paulo, the parties discussed in detail the plans for joint events for 2020 in the context of the celebration of the 75th anniversary of the victory over Nazi Germany and imperialist Japan (TASS, 01.11.2019); The PRC is ready, together with Russia, to defend the results of World War II and defend the current world order (RIA Novosti, 05/08/2020); China will work with Russia to defend the results of World War II (RIA Novosti, 03.09.2020);

In our opinion, this vocabulary with the meaning of jointness (*joint, together, arrangement, etc.*) is aimed at reflecting the agreements reached between China and Russia in the field of culture, so that the peoples of both countries learn about joint projects and the prospects for the development of their cooperation.

Language units with the meaning of unity (*united, common, unite, unity, etc.*) show that China and Russia act as a single entity in the development of cultural cooperation: *When asked how Russian and Chinese dreams are similar and different, the President explained: "China and Russia are neighbors. We have been communicating with each other for centuries, we have very deep historical ties and roots. This is not accidental, it shows that we have a lot in common in our approaches to building our own states, in relation to people, and this is very important."* (RG. 06.06.2018 — Кира Латухина); *"Cultural contacts, civilizational exchanges connect our so different countries, peoples, they unite us in this world," said the director of the Museum Gugong Wang Xudong. China is celebrating its 70th anniversary this year (TASS, 29.08.2019);*

To unite means "to create a single organization, a single whole; the same as to unite" [Shvedova 2011: 551]. Thanks to the combinations "*deep historical connections and roots*", "*not by chance*" expresses the inevitability of an alliance

between China and Russia, and opposition «*столь разные*» и «*объединять*» reflects the closeness and importance of cultural exchanges. As noted by speech workers (President of Russia, director of the Gugin Museum), both countries have a different history and peoples, but cultural exchange links China and Russia into a single whole. Thus, the use of the verb unite allows readers to understand that China and Russia are striving to deepen cooperation.

In the following example, union - the noun of the verb "to unite" - also expresses that China and Russia not only work together for mutual benefit, but also gather all their strength to jointly achieve some goal: *Xi Jinping expressed his willingness to "work together with his Russian counterpart to join forces to resolutely defend victory in World War II, as well as international justice."* (RIA Novosti, 03.09.2020).

(4) Emotional-evaluative vocabulary - language units with a positive assessment (approval, praise): *friendly, important, best, high, cramped, confidence, high appreciation, impressive successes, well-deserved high authority, etc. For example: The Chinese leader turned 66 today. The President of the Russian Federation presented Xi Jinping with a box of Russian ice cream and a cake. <...> It should be noted that the heads of state have close friendly relations. In early June, Xi Jinping paid a visit to Russia, and earlier in April, Putin visited China. Both leaders during the talks stated that relations between Russia and China are at an unprecedented high level.* (RG, 15.06.2019);

This snippet uses adjectives *тесный, дружеский, высокий*, to describe good relations between China and Russia.

Close - "close about relationships" [Ozhegov, Shvedova 2006]. The hyperaddresser emphasizes the frequency of visits by the leaders of Russia and China (*In early June, Xi Jinping paid a visit to Russia, and earlier in April, Putin visited China*), which reflects the close relationship between them.

Friendly - the meaning of which coincides with the meaning of "friend": "a person who is associated with someone. friendship" [Shvedova 2011: 217]. Xi

Jinping and V. Putin are presented as good friends. For Xi Jinping's birthday, Vladimir Putin gave him a cake and his favorite ice cream. This behavior is usually characteristic of friends, not leaders of countries. In this regard, a high level of closeness is shown between both countries (i.e., “exceeding the average level, the average norm, significant” [Shvedova 2011: 136]), including at the level of personal, human relationships between V. Putin and Xi Jinping.

The meaningful relationship between China and Russia is also represented in another example using the adjective "high": *The Head of the Russian State highly appreciated the impressive successes in the economic, social, scientific and technical fields that the PRC has achieved over the past seven decades, the well-deserved high authority of the country on the world stage, as well as its significant role in addressing the most important issues on the global agenda* (TASS, 01.10.2019).

The hyperaddresser conveyed to the readers the “high appreciation” of the President of Russia to China (*high authority, significant role in solving the most important issues*), especially thanks to the adjective significant and the adjective superlative most important, it is reflected that V. Putin's attitude towards the Chinese side is above average. Accordingly, good relations between China and Russia are shown.

Such praise tokens are often found in non-foreign-influenced media² texts to demonstrate the great attention that China and Russia pay to each other.: *The President of Russia expressed confidence in further building up the entire range of Russian-Chinese ties for the benefit of the friendly peoples of the two countries, in the interests of strengthening stability and security on the Eurasian continent and throughout the world, the Kremlin press service said.* (TASS, 02.10.2019); «*In the best hall of the Chinese capital and, I am not afraid of these words, on one of the best stage venues in the world - at the National Center for the Performing Arts - a performance of Russian musicians took place*» (TASS, 17.10.2019).

Confidence is “conviction, firm belief in something” [Ozhegov, Shvedova 2006: 822]. Through this vocabulary, V. Putin's positive attitude to the development

of bilateral relations between China and Russia is reflected. The superlative from the adjective good - the best - reflects the great attention of the Chinese side to Russian musicians and the joint cultural event, which was held in the best hall in China.

Using the above means, the hyperaddresser introduces to readers a number of joint cooperation projects, the positive attitude of the leaders of countries towards cultural exchange, and the friendship between China and Russia.

2) Speech strategy of persuasiveness, tactics of argumentation

The verbal strategy of persuasiveness is to allow or persuade another to believe in something or agree with someone. To implement this strategy, you must enumerate the arguments.

The news about the visit of the leaders of China and Russia to the Moscow Zoo reported: *The Chinese leader arrived in Russia on Wednesday for a state visit. One of the events within the program of the visit was a visit by the heads of the two states to the Moscow Zoo. Aide to the President of the Russian Federation Yuri Ushakov previously reported that the leaders there would take part in the ceremony of handing over two pandas, for which a special pavilion was opened at the zoo.* (RIA Novosti, 05.06.2019).

To emphasize V. Putin's attention to the giant pandas transferred by China, the speech strategy of persuasiveness is used, which is implemented through the tactics of argumentation. The state visit is an important event, expression "*one of the events within the program of the visit*" the importance and necessity of visiting the Moscow Zoo is noted. In addition, combinations "*previously reported*", "*two panda handover ceremony*", "*special pavilion*" also show that the Russian government attaches great importance to this event. including the adverb *ранее*, the meaning of which correlates with the meaning of the adverb early: "before the usual time, prematurely" [Ozhegov, Shvedova 2006: 656]. This shows that the Russian side has long begun to prepare for the arrival of Chinese pandas to the Moscow Zoo, in particular, for the opening ceremony of the transfer of two pandas and the creation of a special pavilion. Ceremony means "an established solemn rite, a procedure for doing something."

[Ozhegov, Shvedova 2006: 874]. Special - “special, exclusively for something, destined” [Ozhegov, Shvedova 2006: 755].

The attention of the Russian authorities to this event is also revealed by the characteristics of zoo visitors: *The first visitors to see the new inhabitants of the zoo were not only leaders, but also representatives of the younger generation of the two countries. Among the children who were the first to see bamboo bears at the Moscow Zoo were winners of the Chinese Language Olympiad, winners of the Delphic Games, holders of grants from the Mayor of Moscow, children of diplomats from China working in Russia* (RIA Novosti, 05.06.2019).

The list of the first visitors who saw giant pandas includes Olympic laureates, winners of the Delphic Games, holders of grants from the Mayor of Moscow, children of diplomats from China, etc. It is obvious that people who have an important place in society have come. The hyperaddresser listed the participants of the event to emphasize the importance and value of the ongoing international event.

The message that V. Putin is celebrating his birthday with the President of the People's Republic of China shows the friendship between the leaders. The hyperaddresser first listed a number of facts to inform readers about how the President of Russia celebrates his birthday every year: *Most often, the president spends his birthday at work. Several times, major international summits fell on October 7, in which the Russian leader took part; At the same time, if he is in Russia that day, he tries to spend at least an evening with relatives and friends, sometimes he manages to do this in his native St. Petersburg. Vladimir Putin once admitted that he usually does not arrange any holidays on his birthday* (TASS, 07.10.2019).

In this fragment, the hyperaddresser mainly reflects two facts: 1) the President of Russia does not consider his birthday a special day, which is expressed in sentences with imperfective verbs (*conducts, arrange, fell out*), adverbs *more often, usually*, indefinitely quantitative numbers *repeatedly*, circumstances of the place (*at work, at international summits*) and negative pronoun *никаких*; 2) V. Putin celebrates his birthday only with close people. This fact is conveyed in sentences by perfective

verbs (*do, do*) in a conditional sentence with conjunctions *if... then...*, thus it is noted that the celebration of Putin's birthday is conditionally. Noun *friend*, adjective *close* emphasize that the president celebrates his birthday only with his family, in a narrow circle.

Then the hyperaddresser draws our attention to the birthday of V. Putin in 2013, which he celebrated together with Xi Jinping. To highlight the peculiarity of this day, the hyperaddresser used combinations “remembered more than once”, “remembered again”, “reminded again” and etc., which reflects the special significance and attention of the president to this event: *The president himself more than once recalled with particular warmth October 7, 2013, which he spent in the Indonesian city of Denpasar at the APEC summit; Later, at a big press conference at the end of 2013, talking with a Chinese journalist, he again recalled that evening: “For the first time in my life, it happened that I celebrated my birthday together with another head of state. And it had to happen so that it would be the President of the People's Republic of China.” And five years later, in 2018, in an interview with one of the Chinese media, Putin once again recalled that Chinese President Xi Jinping is probably the only one of all world leaders with whom he had to celebrate one of his birthdays.* (TASS, 07.10.2019).

Vocabulary with the meaning of unusual, uniqueness: *first, special, unique* shows the importance of this event, especially in comparison with the usual way of celebrating a birthday and with the leaders of other countries (the only one of all world leaders), emphasizes friendship between leaders (friendly, warm, Chinese friends, etc.) and good relations between countries: “We offered our Chinese friends a glass of vodka, they did not refuse, we did just that. It was warm, comradely, if not friendly.” (TASS, 07.10.2019).

In addition, the hyperaddresser mentioned a gift from Xi Jinping: *On that day, he participated in the working events of the summit almost until midnight. The last on the schedule was a meeting with a Chinese delegation led by Chinese President Xi Jinping, who presented Putin with a cake decorated with the inscription "Happy*

Birthday!" (TASS, 07.10.2019). *In particular, the cake with the inscription reflects the Chinese cultural tradition on the occasion of the birthday, which is similar to the Russian: the President of the Russian Federation gave Xi Jinping a box of Russian ice cream and a cake* (RG, 06.15.2019). *Thanks to this information, the culture of the peoples of the two countries converges.*

At the same time, by quoting a direct speech by President V. Putin, readers are introduced to the Russian culture of celebrating a birthday.: *The next day, the president spoke about the informal part of that meeting: "We offered our Chinese friends a glass of vodka, they did not refuse, we did just that. It was warm, comradely, if not friendly."* (TASS, 07.10.2019).

3) Speech strategy for promotion, tactics of "emphasizing positive information" [Parshina 2015: 123]

According to the definition of O. L. Mikhaleva, the promotion strategy reflects "the speaker's desire to maximize the significance of his own status" [Mikhaleva 2004: 14]. When implementing this strategy, the speaker praises himself or his supporters.

In our work, the hyperaddresser (authors and publications not under foreign influence², in general), speaking on behalf of the government is focused on the desire to convey Russia's good foreign relations with China, including cultural cooperation, which allows people to believe in the development of countries.

The tactics of "emphasizing positive information" [Parshina 2015: 123] is implemented using the following means:

(1) positive vocabulary: *Russian President Vladimir Putin was awarded the honorary doctorate of Tsinghua at a ceremony at the Druzhba Hotel in Beijing. Once upon a time, Chinese President Xi Jinping studied there. He emphasized that he was especially "pleased to present the diploma of an honorary doctorate from his Alma mater to his best friend." Vladimir Putin said that it is "a great honor for him to receive an honorary doctorate from one of the leading universities in China, which is one of the ten best educational institutions in the world, is an educational and*

research center without exaggeration of a global scale" (RG, 26.04.2019).

This text uses vocabulary that reflects the greatness of the historical moment and ceremony, e.g., adjective *solemn* means "important, majestic and serious" [Shvedova 2011: 991]. The use of this adjective made it possible to emphasize the importance of the ceremony of presenting the Tsinghua diploma to V. Putin. Such combinations of "especially pleasant", "best friend", which, using the adverb of the degree "especially" and the superlative degree "best", reflect Xi Jinping's positive attitude towards V. Putin. As an active reaction, V. Putin also expressed his feelings when receiving the Tsinghua diploma through vocabulary with a positive assessment (*great honor*), praised China's Tsinghua University (*leading university, best educational institution with a global reach*).

In the following text, the superlative adjectives "most sincere", "closest" demonstrate the excellent and close relations between the leaders of the countries (they met more than 30 times in 6 years) and close cooperation between the two countries: *In his response speech, Xi Jinping expressed his most sincere congratulations to his Russian guest. He stressed that for the Chinese people, Putin is a sincere and longtime friend. "And for me personally, Vladimir Vladimirovich is the closest friend, he has made and is making a contribution of historical significance to the deepening of strategic interaction between our countries and the promotion of multifaceted bilateral cooperation," the Chinese President said, stressing that he had met with the head of the Russian state over the past six years more than 30 times* (RIA Novosti, 26.04.2019).

(2) highlighting information that conveys the respect and attention that exists in relations between the leaders of China and Russia: *The President noted that the Chinese leader has a very busy schedule in the next few days, however, he found time to share this solemn moment with Putin* (RIA Novosti, 26.04.2019).

In sentences with a superlative adjective (*next few days*), as well as with adverbs of measure and degree (*very stressful*) the busyness of the President of the People's Republic of China is emphasized. In the appendage, through contrast

(*nevertheless, found time to share this solemn moment with Putin*) Xi Jinping's special respect for the Russian president and the obligation of his presence at the ceremony are expressed.

So, with the help of commendable lexemes and analysis of the situation, a speech strategy for raising and the tactics of “emphasizing positive information” are implemented. The relations of the two first persons are presented as high-level relations between China and Russia.

4) Speech informing strategy and clarification tactics.

These strategies and tactics are aimed at presenting the cultural values of the two countries to readers so that their peoples can better understand each other. For example, in the news about the mutual congratulations of China and Russia on the occasion of the 75th anniversary of the Victory in World War II, it is reported: *Xi Jinping and Putin exchanged congratulatory telegrams on the occasion of the 75th anniversary of victory in World War II on Thursday* (TASS, 03.09.2020). To remind the addressee of the significance of the victory for the two countries, the hyperaddresser supplemented the text with information about World War II: *The Second World War began on September 1, 1939 with the invasion of Poland by Nazi Germany, ended with the defeat and occupation of militaristic Japan by the forces of the Allied Powers on September 2, 1945* (TASS, 03.09.2020) and moving the Day of Military Glory from September 2 to September 3: *In April 2020, Putin signed a law on the transfer from September 2 to September 3 of the day of military glory - the Day of the end of World War II. On September 3, the People's Republic of China celebrates Victory Day over militaristic Japan.* (TASS, 03.09.2020). *Note that this date - September 3 - was approved in 1945 by the authorities of the USSR, it was and remains significant for war veterans. China celebrates Victory Day over militarist Japan on September 3* (RG, 03.09.2020).

In addition, the tradition of celebrating this day in China to strengthen mutual exchanges between the peoples of the two countries is also presented: *Xi Jinping and senior Chinese officials also attended a wreath and flower laying ceremony at the*

Beijing Memorial Museum of the Chinese People's War against Japan in honor of the heroes who sacrificed their lives for the freedom and independence of their homeland. The event, dedicated to the 75th anniversary of the end of World War II, was broadcast live on local TV channels (TASS, 03.09.2020). As can be seen, the tradition of celebration includes laying wreaths and flowers in honor of heroes, holding events that coincide with the tradition in Russia.

Consider another account of a military parade marking the 70th anniversary of the founding of China. In this text, the hyperdresser presented a history of the Chinese parade: *The first military parade took place in the year of the proclamation of the new republic in 1949; Until 1959, China held parades annually, then the authorities decided to hold parades every ten years, but the Cultural Revolution (1966-1976) interrupted the tradition. The next parade took place only in 1984 as part of the celebration of the 35th anniversary of the PRC, then the parades were held in 1999 and 2009. And in 2015, a grandiose parade was held in Beijing on the occasion of the 70th anniversary of the victory in World War II, it became the first parade since 1949 not on the occasion of the founding of the PRC. (RIA Novosti, 01.10.2019).*

By listing different periods (1949, 1959, 1984, 1999, 2009, etc.), the hyperaddresser creates in the recipient's mind a time line of development of the Chinese parade tradition, which has its own specificity and significance. Accordingly, the addressee will know that the Chinese parade first took place in 1949 and has been held every ten years since 1959. Usually, the parade in China is held to commemorate the anniversary of the founding of the PRC, but in 2015 it was for the 70th anniversary of victory in World War II. In addition, the development and scale of the Chinese parade is also reported in the text: *The most numerous was the parade in 1950, when 24.2 thousand people marched across Tiananmen Square. A distinctive feature of the first parade of the PRC was that horse crews took part in it, 2.3 thousand war horses marched in them. Horses drove 119 cannons across the square, 152 tanks and armored vehicles entered the mechanized column. <...> There were*

only 17 planes, so nine of them flew over the square twice. The parade of 1952 was remembered for the fact that for the first time representatives of national minorities of China took part in it in national costumes, they walked in a column of militias. In addition, then the honor guard participated in the parade for the first time. In 1954, the cavalry participated in a military parade for the last time, and the equipment presented was mainly produced in the USSR. 1958 was remembered for the appearance of representatives of the women's militia at the parade. At the 1984 parade, China demonstrated missiles for the first time, and women soldiers marched in parade for the first time. The parade of 2009 became significant primarily because all 540 units of the presented military equipment were produced in China, and 90% were presented to the general public for the first time. (RIA Novosti, 01.10.2019).

These lexemes (*distinctive, most, first, last, remarkable, etc.*) show readers the development and characteristics of each parade (*in 1950 - the largest number of participants in the parade; in 1952, for the first time, representatives of national minorities of China took part in national costumes; in 1954 the cavalry took part in a military parade for the last time; in 1958, a women's militia appeared at the parade; in 1984, China demonstrated missiles for the first time; in 2009, almost 15 thousand military personnel, 580 pieces of equipment, 160 aircraft and helicopters participate in the parade*). As a result of this presentation of information in the mind of the addressee, a complete picture of the Chinese parade takes shape.

Thus, in the media texts of the Russian media that are not under foreign influence², the following are most often used on the topic of culture:

- 1) speech strategy of self-presentation,
- 2) speech strategy of persuasiveness,
- 3) speech strategy for promotion,
- 4) speech informing strategy

These strategies are implemented by: 1) tactic “identify your own”, 2) tactic of argumentation, 3) tactic of “emphasizing positive information” и 4) clarification tactic, respectively.

The use of these strategies and tactics is aimed at demonstrating to the mass audience the good relations between China and Russia, the active interaction between the two countries in the field of culture, and at the same time it is aimed at stimulating cultural exchange between the peoples of the countries. Thus, we believe that these media texts act as a creative impetus for the development of intercultural communication.

2.2.2 Speech strategies and tactics in media texts under foreign influence on the topic "Culture"

Depending on the direction of the media publication, the interaction between the two countries is covered in the media sphere in different ways. When coding media texts covering the interaction between China and Russia in the field of culture, the hyperaddressers of the media under foreign influence¹², unlike the media not under foreign influence², in most cases do not fully reflect the cultural characteristics of the two countries.

We believe that the texts of the media under foreign influence¹² act as "hindrances" in the intercultural communication between Russia and China. According to the definition of O. A. Leontovich, interference is "factors that reduce the quality of communication: asymmetry, stereotypical reactions, language errors, etc." [Leontovich 2007: 247].

Our material presents cases of asymmetry as "interference," by which we mean giving the addressee incomplete or incorrect information about events, expressed as follows:

- 1) The culture of both countries is presented to the addressee in a vague, incomplete way;
- 2) Negative attitudes toward foreign culture are transmitted;
- 3) The image of each leader of these countries is undervalued, resulting in an overall diminished field of activity for President V. V. Putin and Chairman Xi Jinping,

so that both peoples have a negative perception of the relationship between the two countries. We consider all of these situations as "interference" in the intercultural communication of the two countries, which is carried out with the help of different speech strategies and tactics.

1) The first "hindrance" is realized through a **non-cooperative speech strategy** (according to H. Grice's principle of cooperation [Grice 1985]). In political rhetoric, the violation of the maxim of manner ("Express yourself clearly") is most obvious [Issers 1999]. The non-cooperative strategy, in our opinion, is carried out with the help of a special **tactic of silence**, which is used in an informatively incomplete, but seemingly complete statement: *Putin and Xi Jinping will travel from Beijing to the metropolis of Tianjin on a high-speed highway, possibly watch a hockey game* (Echo Moskvyy, 08.06.2018³¹⁰). Symbols of Chinese and Russian culture (high-speed railways and hockey, respectively) are presented to readers without detail. Compare with non-foreign-influenced media² texts that provide explanations: *President Xi Jinping demonstrated to his colleague how fast it is possible to move forward: the leaders rode together on an ultra-modern train that reached speeds of up to 300 kilometers per hour* (RG, 04.06.2018). *According to a Kremlin spokesman, such a hockey meeting is "very symbolic, because Russia is helping China develop and implement this sport, including taking into account the fact that the 2022 Winter Olympics will be held in Beijing."* (TASS, 04.06.2018).

Thus, the hyperaddresser of the foreign-influenced media¹² only listed cultural symbols, but did not present their features, namely the possibility *ultra-modern trains* to move quickly (*up to 300 km/h*) and popularization of hockey outside Russia, which reduces the effectiveness of intercultural communication.

The following example also uses the silence tactic: *President Putin becomes the first foreign leader to be awarded the Chinese Order of Friendship (headline). At the ceremony in Beijing, Chinese leader Xi Jinping called the President of Russia "the best and closest friend and worthy of this award"* (Echo Moskvyy 08.06.2018³¹⁰). In this message, the hyperaddresser does not explain what the Order of Friendship is,

thus the reader does not understand the significance of this award. While in the publication "Rossiyskaya Gazeta", which is not under foreign influence², an explanation of this order is given: *The Order of Friendship of the People's Republic of China has been awarded since January 1, 2016. It can be received by foreigners for a special contribution to the state building and modernization of China, the development of relations and cooperation between the PRC and foreign countries.* (RG, 08.06.2018).

It should be noted that such a presentation of material without a number of significant clarifications is often found in publications under foreign influence¹², i.e., in principle, it is characteristic of publications under foreign influence¹²: *Xi Jinping arrived in Moscow on an official visit the day before. Today, after the talks, President Vladimir Putin will present the guest with the Order of the Holy Apostle Andrew the First-Called. So the Kremlin decided to note - "the outstanding merits of the leader of the PRC in strengthening friendship between our peoples"* (Echo Moskvyy, 04.07.2017³¹⁰). The hyperaddresser in this message does not describe the Russian order, although in the media, which are not under foreign influence², a great explanation is given: *The Order of the Holy Apostle Andrew the First-Called is the highest state award in Russia. This order is awarded to prominent state and public figures and other citizens of the Russian Federation for exceptional services that contribute to the prosperity, greatness and glory of Russia. This award can be awarded to heads and heads of governments of foreign states for outstanding services to Russia.* (TASS, 04.07.2017).

Let's look at another example: *Russian President Vladimir Putin presented Chinese President Xi Jinping with a second-generation Russian YotaPhone <...> YotaPhone 2 (Yotafon 2) is a Russian LTE smartphone introduced in February 2014 by Yota Devices, sales start no earlier than December 2014* (Echo Moskvyy, 09.11.2014³¹⁰).

In this message, very little is said about the model of the smartphone and its significance as a gift to the President of China. While non-foreign-influenced media²

give details: *Russian President Vladimir Putin presented his Chinese counterpart Xi Jinping with a new model of the Russian smartphone YotaPhone with two screens; A special version of the smartphone has a data protection system that makes it unique in terms of security (RG, 09.11.2014). Vladimir Putin, who is at the APEC business summit in Beijing, presented the Chinese leader with a Russian Yotafon-2 smartphone loaded with symbols of Russia, China and APEC and showed how it works (RIA Novosti, 09.11.2014). YotaPhone is the result of successful cooperation between the two countries in the field of high technologies, says Sergey Chemezov, head of Rostec. The Russian company has developed and prepared a smartphone for mass production, and Chinese specialists have organized a full-cycle production (RG, 09.11.2014).*

Thus, the hyperaddresser of the news of the media under foreign influence¹² conveyed only general information, did not emphasize the importance of this item (smartphone) in the framework of the international relations of the two countries, which makes readers doubt the actions of the President of Russia, namely, the need to transfer this gift to the Chairman of the PRC and its role in enhancing the image of the state, thereby disrupting intercultural communication.

2) The second "hindrance" (non-acceptance of foreign culture) is accomplished through a **strategy of contradiction** and **denial tactics**: *The leaders of Russia and China will arrive there for the official handover ceremony of the two giant pandas. As a result, the zoo was overwhelmed. The closure of the main territory of the Moscow Zoo was a complete surprise for many of its visitors. His employees did not say anything about the reasons for this: "they only explained the closure for "technical reasons".* As a result, people, many of whom came with children, were forced to limit themselves to visiting the so-called "new territory" of the zoo, the entrance of which is located on Bolshaya Gruzinskaya. There was a queue of just over 10 meters long. At the same time, almost none of the interviewed people knew about the upcoming transfer of pandas to the zoo and the visit of Putin and Xi Jinping. The press service of the Moscow Zoo, meanwhile, reported that it was full, and advised to choose another day for the visit. At the same time, the reason for the restrictions is

not given in the message. (Echo Moskvyy, 05.06.2019³¹⁰).

According to the interviewed visitors, many of whom came with children, they do not know the reason for the closure of part of the zoo and that Putin and Xi Jinping should visit it. Another part of the people even expressed bewilderment at what was happening, saying that the good mood with which they went to the zoo had deteriorated (Echo Moskvyy, 05.06.2019³¹⁰).

In these media texts, the hyperadversary contrasts the action of the two leaders (the arrival at the zoo for the official handover ceremony of two large pandas) with the reaction of the visitors to it (feelings of surprise, bewilderment). The hyperaddresser uses irony to further his communicative goal. It is first mentioned that the zoo was overwhelmed by the arrival of the leaders of the two countries to attend the big panda transfer ceremony, and then it is repeatedly noted that in fact people did not know about the visit of the leaders of the countries (*none of the interviewed people knew about the upcoming transfer of pandas to the zoo and the visit of Putin and Xi Jinping*). With negative constructions (*the reason for the restrictions is not given, no one knew*) and combinations (*completely expressed bewilderment, the mood deteriorated*) the population's dissatisfaction with the actions of the authorities and the closure of part of the zoo is reflected. Consequently, a hyperaddresser intention is expressed: people are not interested in the big panda transfer ceremony, moreover, this event negatively affects their lives and spoils their mood, and as a result, it seems that the interests of ordinary citizens and the interests of high-ranking officials are opposed.

This news can be compared to a report in the non-foreign-influenced media² highlighting the importance of the transfer of giant pandas from China to Russia by informing the value of giant pandas in China: ***Panda - a symbol of China, occupies a special place in Beijing's diplomacy*** (RIA Novosti, 05.06.2019). *Bamboo bear is in China under special state protection. In addition, the panda is a symbol of China and has a special place in Beijing's diplomacy.* (TASS, 05.06.2019). Moreover, the positive attitude of the Russian authorities to this event is presented.: *Russian*

President Vladimir Putin thanked Chinese President Xi Jinping for two pandas donated by China to the Moscow Zoo and called it a gesture of trust and friendship; Following the talks between the leaders of the two countries, Putin thanked Xi Jinping for the decision of the Chinese government to transfer two pandas to the Moscow Zoo, noting that this step is a sign of special respect and trust in Russia. "We accept this gift with great respect and gratitude. These animals are the national symbol of China, and we highly appreciate such a gesture of friendship," the President added. (TASS, 05.06.2019).

Adjective *special*, i.e. unusual conveys the importance of pandas in China and the significance of this event (this is a gesture of trust and friendship, a sign of special respect and trust in Russia). Moreover, the speech of the President of Russia is quoted, in which he notes the value of giant pandas with the help of positively colored vocabulary (*gratitude, thanked, appreciate, great*) and adverbs with a degree value of high and lists the first visitors to the zoo: *Children were the first visitors to see the new inhabitants of the zoo along with the leaders. Among them were laureates of the Chinese Language Olympiad, winners of the Delphic Games, holders of grants from the Mayor of Moscow, children of Chinese diplomats working in Russia. The guys greeted Putin and Xi Jinping in Russian and Chinese (TASS, 05.06.2019).* So, in the mind of the hyperaddressee, an idea is created that the transfer of giant pandas to Russia strengthens good relations between the two countries.

3) The third "hindrance" (discrediting country leaders) is implemented through **downward strategy and irreverence tactics**: *Vladimir Putin became an honorary doctor of the Chinese Tsinghua University; Peking Tsinghua University is one of the nine elite universities in China. Putin already has degrees from universities in India, Turkmenistan, Armenia, Azerbaijan, Greece (Echo Moskvyy, 26.04.2019³¹⁰).* In this text, by listing a number of other universities (India, Turkmenistan, Armenia, Azerbaijan, etc.) whose degrees Putin has already received, the importance of Putin receiving a degree from Tsinghua is reduced.

Downward strategy and irreverence tactics are also presented in other posts:

Chinese censors cut video of Putin's gallant gesture (caption). The video was widely shared by the Chinese media. <...> On Weibo (Chinese equivalent of Twitter), users actively shared videos. The hashtag "Putin gives Peng Liyuan his coat" briefly appeared on this social network, but after a couple of hours, all mention of the video disappeared. (Dozhd, 11.11.2014⁴¹). Putin draped his coat over Liyuan's shoulders as Chinese President Xi Jinping spoke to US President Barack Obama (Dozhd, 11.11.2014⁴¹).

In these texts, "interference" as a manifestation of asymmetry occurs against the background of linguistic symmetry, which is constructed using a compound sentence consisting of a main sentence with an index word then and the appendage sentence with the conjunctive word when. This construction conveys the simultaneity of the actions of the first persons and compares Putin's behavior (thrown his coat over Liyuan's shoulders) and Xi Jinping (Xi Jinping spoke to the US President), which leads readers to wonder why the PRC President himself does not take care of his wife, and whether such behavior by the Russian President is acceptable in an official situation?

Once again, the tactic described is used at the level of lexical comparison. It is especially noted that the Chinese censors cut the video of Putin's gallant gesture. Marking the actions of the Chinese side, the verb with the destructive meaning "to cut" can be considered a response to Putin's gesture, which contradicts the positive evaluation of the adjective "gallant", characterizing the action of the Russian president. Thus, it indirectly criticizes the behavior of the Chinese media and indicates that Putin's "gallant gesture" is not approved in China. The image of President Vladimir Putin is discredited. Putin's image is discredited, and the impression is created that the cultural exchange between the two countries is broken because of his mistake.

⁴¹ This message was created by the Dozhd media outlet⁴, which is under foreign influence and violates the laws of the Russian Federation, and is recognized as a foreign agent, which was included in the register of foreign agents in August 2021. Access to the Dozhd resource⁴ has been limited since 2022 due to violations of Russian law.

It should be noted that in reality there is a gallant behavior of V. Putin at various events, especially attention to women. For example: Russian President Vladimir Putin, before the start of negotiations with German Chancellor Angela Merkel, who arrived in Russia, handed her a bouquet of flowers (RIA Novosti, 20.08.2021).

Moreover, in modern China, such interaction between a man and a woman is well perceived by society and is already considered the norm, therefore, unlike the texts of publications that are under foreign influence¹², the media that are not under foreign influence² tried to restore the image of V. Putin: *It should be noted that in reality there is a gallant behavior of V. Putin at various events, especially attention to women. For example: Russian President Vladimir Putin, before the start of negotiations with German Chancellor Angela Merkel, who arrived in Russia, handed her a bouquet of flowers* (RIA Novosti 11.11.2014). This excerpt explains and clarifies Putin's behavior (*probably noticing that the stadium was cool, he stood up and gallantly threw his coat over the shoulders of the Chinese first lady*) and the subject matter (*more like a plaid*). A non-foreign-influenced media² hyper-addresser explains that the president did not hand over his coat to the Chinese first lady, but only handed over a plaid in a gentlemanly manner, which cannot be inappropriate. The misunderstanding is blamed on foreign media (Foreign Policy), which allows readers to think about the reason for the removal of the video with the gallant gesture of V. Putin by the Chinese media. Obviously, discrediting the leaders of the two countries will not contribute to mutual understanding between the populations of China and Russia, thereby reducing the effectiveness of intercultural communication.

So, in the texts of the media under foreign influence¹², covering the international activities of the leaders of China and Russia in the field of culture, three “hindrances” were identified that reflect the asymmetry (according to Leontovich) in the presentation of information. They are implemented using: 1) non-cooperative speech strategy, 2) strategy of contradiction, 3) downward strategy, и 1) tactic of silence, 2) denial tactics, 3) irreverence tactics respectively. As a result of the use of

these techniques, the hyper-addressee of the media under foreign influence¹² develops a negative image of relations between Russia and China, and also forms a disapproving assessment of the behavior of the leaders of the countries, therefore, intercultural communication is disrupted.

When analyzing the material, we compared the news on the websites of publications under foreign influence¹² with the texts of the media not under foreign influence² in order to characterize the difference in the transmission of information and help readers better understand the specifics of Russian publications. The results of the study are reflected in our article [Wu Xiaohong, 2022a].

In addition, the events reported by the media of different directions do not completely coincide. As we have already stated in the theoretical part, the hyperaddresser acts as a "gatekeeper" of information, who has the right to choose the appropriate information to achieve his communicative goal (§1.3.3 The term hyperaddresser of the media text). For example, the hyperaddresser of the media under foreign influence¹² did not report on the holding of the Russian-Chinese media forum, on the Russian exhibition in China.

2.3 Speech strategies and ways of their implementation in media texts from the heading "Medicine"

From the end of 2019 to the present, an unusual factor has been affecting our lives - the coronavirus pandemic. Due to the outbreak of coronavirus infection, almost the whole world is in a difficult situation. News about symptoms, infections, complications, recoveries, deaths, about the efforts each country is making in the fight against the pandemic, flooded the world media. Texts of messages on this topic are replete with military vocabulary and resemble reports from the "theatre of military operations" [Krasnov, Daines 2002: 47], where humanity is fighting against an enemy attack - a pandemic: *медики, работающие в «красных зонах», врачи-борцы с коронавирусом, бороться с коронавирусом etc.*

When the outbreak of COVID-19 was discovered in Wuhan, China, the dispute over the source of the new type of coronavirus became a hot topic in the world media. China has not only been implicitly blamed but has sometimes been directly blamed for deliberately spreading the infection. At this point, Russia expressed support and provided assistance to China - both moral and material. In turn, medical supplies and specialists were sent from China to Russia as soon as the first cases of COVID-19 were detected here.

It must be admitted that China and Russia have been supporting each other in the fight against coronavirus since the beginning of the pandemic. In this regard, both countries are paying more attention to cooperation in the field of medicine, for example, joint research and development of vaccines against COVID-19.

Undoubtedly, the media as mediators of information transmission play an important role in our life. The attitude of people to the infection, the confidence of the population in the measures of the authorities to combat the epidemic, and the views of the peoples on cooperation between China and Russia in the field of medicine depend on the impact of media texts. The implementation of speech impact on the addressee correlates with the communicative intention of the addresser, which is reflected in the speech strategies used.

The following topics are presented in the media news texts covering the international activities of the leaders of China and Russia in the field of medicine:

- 1) Joint fight against coronavirus;
- 2) Collaboration to develop a coronavirus vaccine;
- 3) Helping each other in the fight against coronavirus;
- 4) Supporting the development of traditional medicine in the current conditions of the fight against coronavirus;
- 5) Creation of an international mechanism for mutual recognition of "health codes";
- 6) Joint action against the politicization of the coronavirus. We attribute this event to medicine, as information affects the development of cooperation in this area.

2.3.1 Speech strategies and tactics in texts not under foreign media influence on the topic "Medicine"

The media texts we selected were divided into two groups: 1) about the joint fight against the coronavirus and against attempts by other countries to politicize the coronavirus; 2) on cooperation in the development of a vaccine, the creation of measures to combat coronavirus, the development of medicine and healthcare in the two countries.

The media texts included in the first group are aimed at showing the audience the solidarity of China and Russia in the face of difficulties, challenges, disputes and even aggression of other countries in the process of fighting the epidemic. In these media texts, the speech strategy “creating a circle of our own” and “creating a circle of strangers” (according to I. V. Samarina) is used.

1) The strategy of "creating a circle of one's own", tactics of support and tactics of "creating the image of a hero" [Samarina 2006: 5]

This strategy is formed on the basis of the semantic category "one's own circle", which is "one of the basic cognitive categories in political discourse" [Issers 1999: 45]. The main concepts of this category are opposing units of “us” and “them”, which are “the most important reference point in understanding the world” [Navasartyan 2016: 268]. The hyperaddresser uses **tactics of support** to create an image of China and Russia uniting, to make readers feel that on the way to fight the pandemic, China and Russia, as colleagues and partners, can defeat the coronavirus together.

Consider the language means of implementing the above tactics using the following examples: *Chinese President Xi Jinping, in a telephone conversation with Russian President Vladimir Putin, expressed confidence that the joint efforts of Russia, China and the entire international community will be able to win the war against the coronavirus epidemic. (RIA Novosti, 08.05.2020); In his congratulations, Chinese President Xi Jinping pointed out that China and Russia are the largest*

neighboring countries and good friends. During the Coronavirus Epidemic, China and Russia Firmly Stand Together on Cooperation, Mutual Assistance and Support (RIA Novosti, 27.08.2020); *The parties were able to overcome all the difficulties through joint efforts, and this fully demonstrated the confidence and determination of the two countries to achieve victory in the fight against the pandemic and further promote bilateral relations.* (RIA Novosti, 27.08.2020).

The mutual support of China and Russia is reflected in: (1) vocabulary with the meaning of approval, for example, uses adjectives *крупнейшие, хорошие*, которые indicate the strength of the two countries and the relationship between them;

(2) in vocabulary with the meaning of categorical: *firmly, confidence, determination, uphold*. *Firmly* — the adverb from the adjective is firm, meaning "unshakable, steadfast, devoid of doubts" [Ushakov 2014: 670]. Accordingly, the phrase *stand firm* shows that China and Russia are consistent in their position in matters of cooperation, mutual assistance and support. Noun *confidence*, formed from the adjective confident, the meaning of which is close to the lexicon of firm - "not wavering, not doubting" [Shvedova 2011: 1015]. *Determination* — "courage, lack of fear in making and implementing one's decisions" [Ushakov 2014: 598]. So, the vocabulary used in the text demonstrates the courage and determination of China and Russia in cooperation against the coronavirus;

(3) in vocabulary with the meaning of assistance (*help, support, mutual*). The lexemes help and support are synonyms; the adjective mutual means "mutual, rendered to each other" [Ushakov 2014: 57]. The meaning of these lexemes made it clear that cooperation and support between China and Russia is mutual;

(4) in vocabulary with the meaning of unity (*common, united, common*). There is one among them — "one, common, united" [Shvedova 2011: 224]. Joint and common are synonyms [Abramov 1999: 446], meaning "existing, happening or being carried out together with someone, something, common" [Ushakov 2014: 637]. Hence, hyperaddressers use them to show solidarity between China and Russia.

In addition, at the syntactic level, the means of implementing support tactics

are sentences with a mode of action circumstance, for example, *All the difficulties of the parties were able to overcome by common efforts; Chinese President Xi Jinping, in a telephone conversation with Russian President Vladimir Putin, expressed confidence that the joint efforts of Russia, China and the entire international community will be able to win the war against the coronavirus epidemic.* In these sentences, the circumstances of the mode of action, expressed by the form of the instrumental case of a noun without a preposition with the meaning of an instrument (*joint efforts joint efforts*), explain how to solve all the difficulties and achieve victory in the fight against the epidemic, this is precisely the cooperation of China and Russia.

Consider another example: *China will continue to support Russia in the fight against the epidemic and believes that Russia will ultimately triumph over the coronavirus* (TASS, 08.05.2020).

The hyperaddresser uses the future tense verb *will continue*, which means "to carry on what has been started, without stopping, without stopping" [Ushakov 2014: 541]. This indicates that China will not stop providing support and assistance to Russia. The present tense verb *believes* with the meaning "to be convinced, confident in someone, something; fully trust" [Shvedova 2011: 81] reflects that both in the past and in the present, China always believes that Russia will definitely win the war against the epidemic. Obviously, these verbs express China's support and confidence in Russia's victory over the coronavirus.

At the same time, support tactics and these linguistic means are often used in texts highlighting the mutual support of China and Russia against the politicization of the coronavirus: *The President of China said during the conversation that Russia and China should resist the politicization of the pandemic and "hanging labels"* (TASS, 16.04.2020); *"Russia adheres to an objective, scientific, fair and rational position regarding the issue of the origin of COVID 19, we appreciate this," the diplomat said. He stressed that since the beginning of the COVID-19 epidemic, Russia and China have provided each other with strong support, and the fact that Russian President Vladimir Putin and Chinese President Xi Jinping had a telephone conversation twice*

in one month gave impetus to further strengthen cooperation between the two countries. in the fight against COVID-19 (RIA Novosti, 23.04.2020); *The Chinese authorities approve and support the position of the Russian leadership that the problem of the spread of the new coronavirus should not become the subject of slander and politicization.* (TASS, 11.05.2020).

In these examples, the above language tools are also used. For example, (1) vocabulary with the meaning of approval: *approve, objective, scientific, fair, rational, appreciate*. In particular, to approve means “to consider acceptable, good, to respond to something. with praise, sympathy; allow, consider permissible, benign, recommend” [Ushakov 2014: 392]. Based on this explanation, one can understand that the Chinese side considers the position of the Russian leadership against the politicization of the coronavirus not only good, but also recommended. The Chinese position, in turn, is assessed by Russia as *objective, scientific, fair* and *rational*. Adjective *objective* is a synonym for the adjective *fair* [Abramov 1999: 287], which means “impartially following the truth, truth in one’s actions and opinions; true, correct, solid, non-fictional” [Ushakov 2014: 648]. *Scientific* — “based on the principles of science” [Ushakov 2014: 345]. *Rational* - “suitable, reasonable” [Abramov 1999: 412]. With the help of these lexemes, a positive assessment of China's position by Russia was revealed.

(2) vocabulary with the meaning of support: *support, support;*

(3) vocabulary with a touch of categorical: *must, firm, etc.*

Thus, it is clear that China and Russia support each other in the joint fight against the coronavirus and its politicization. Both countries as a single union overcome medical difficulties.

The strategy of “creating a circle of one's own” is also carried out with the help of the “**creating the image of a hero**” tactic, which in our work is aimed at creating a positive image of the authorities of the two countries and good relations between China and Russia as an example of interstate cooperation. Thus, the addressee is shown that the authorities can solve important issues and represent good relations,

effective cooperation between China and Russia in the field of medicine. For example, *The Chinese President expressed confidence that under the personal leadership of Putin, Russia will be able to slow down the spread of the epidemic as soon as possible, guarantee the security and health of the nation, and restore socio-economic development.* (TASS, 16.04.2020).

In this fragment, thanks to the combination “under personal guidance”, the image of a “hero” is created - Vladimir Putin. future tense verb *сможем* and the superlative degree of the adjective in the combination "as soon as possible" reflects the Chinese President's confidence in V. Putin's ability to quickly solve the problem. The creation of the image of a “hero” applies to China as well: *Russian President Vladimir Putin is confident that China has demonstrated to the whole world the ability to effectively fight the coronavirus. “China was the first to face this threat, the coronavirus pandemic, and then demonstrated to the whole world that it can be successfully dealt with,” the Russian leader said. “The result (of this struggle) is indeed significant, clear, understandable, this is a good example for others,” Putin added.* (TASS, 17.11.2020).

In this text, the hyperaddresser created the image of a "hero" of China, which is an example worldwide in the fight against coronavirus. Noun example - means "an outstanding example of something; an indicative special case, a specific phenomenon cited to explain something, to prove something. [Ushakov 2014: 530]. Thus, the text emphasizes that there are now few countries like China that are successfully fighting the coronavirus. A hyperaddresser and a speaker (V. Putin) positively evaluate the results of China, which is expressed by vocabulary with the meaning of praise: successfully, essential, good, clear, etc. This is especially evident by comparing China with other countries around the world (this is a good example for others), it is emphasized that China is a model of the fight against coronavirus.

The heroic image of China is preserved in other media texts that are not under foreign influence²: *The Chinese state initially designated the maintenance of economic activity as secondary issues, returning to them only after the decline of the*

COVID-19 wave in mid-March. Yes, the Chinese economy for the first time in the history of counting quarterly statistics showed negative results. Yes, budget revenues collapsed. Yes, the authorities will have to go into debt to keep economic activity going. However, the main thing was done: following the principle “human lives are above all” made it possible to stop the wave of coronavirus infection in China and begin to restore normal life. (RIA Novosti, 30.04.2020); According to the report, Putin expressed gratitude to the Chinese side for the humanitarian assistance provided, as well as the supply of medical supplies. The parties also discussed the possibility of borrowing Chinese experience in the fight against the epidemic, as well as the issue of cooperation in the development of a vaccine (RIA Novosti, 05/08/2020); “China has shown the world an example of effective fight against coronavirus.” This was stated by the President of Russia at the BRICS summit (RG. 17.11.2020).

In these examples, the hyper-addressers presented China as a model country in the fight against the coronavirus. In the combination "borrowing from the Chinese experience", the noun borrowing, which is derived from the verb borrow, means "to take, adopt, assimilate from somewhere." [Shvedova 2011: 249]. In this regard, one can understand that the Chinese experience has been adopted by Russia, which can also successfully fight this epidemic. Due to the syntactic parallelism with the “yes” particle, the impact of the pandemic on the Chinese economy is noted. Then a sentence is given with the initial union "however". This opposition reflects the correct approach of China in the fight against the epidemic (*human lives are paramount*) and the ability of the Chinese government to overcome difficulties (*to stop the wave of coronavirus infection in China and start restoring normal life*).

The texts of the media not under foreign influence² also created a heroic image of Russia in the development of Sino-Russian relations. For example: *Indeed, Russia was one of the first to help China in the fight against the rapid spread of infection. It is noteworthy that aid to China through the channels of "people's diplomacy" began to arrive even faster than through the channels of state (RIA Novosti, 17.04.2020).*

In this sentence fragment with introductory words, indeed, it is remarkable to express the positive attitude of the hyperaddresser to the utterance, in particular, adverb indeed means confidence, proves that Russia is the first country to provide assistance to China. At the same time, the value of Russian assistance is shown in comparison with the difficult epidemiological situation (rapid spread of the infection). Introductory word draws readers' attention to the good relations and close exchanges between China and Russia and their peoples.

Sino-Russian relations are an example of interstate cooperation: Russia and China are fighting COVID-19 "on all fronts", successfully interacting in the medical, political and economic areas. They set a positive tone for international cooperation during the difficult period of the coronavirus pandemic. Moscow and Beijing by their example show the world "what is good" (RIA Novosti, 17.04.2020).

The hyperaddresser shows readers the active and effective cooperation between China and Russia through a series of phrases with a positive connotation: by example, positive tone, successful interaction etc. Military vocabulary is also used, for example, on all fronts means in all directions, front — it is "an association of public forces for common action in some n. direction" [Ushakov 2014: 729]. In relation to the pandemic, this refers to the war on the coronavirus, that is, China and Russia are fighting together in all directions as in a war.

In these texts, heroic images of China, Russia, V. Putin are created, and relations between China and Russia are presented as an example of the relationship that binds the two states. The Chinese experience, the capabilities of the Russian president, the cooperation between China and Russia - all these positive images reflect that both countries have the ability to fight the coronavirus and victory will be won if they cooperate.

2) The strategy of "creating a circle of strangers", the tactics of "distancing" [Samarina 2006: 6]

The image of the unity of China and Russia is reflected not only in "creating a circle of one's own", but also in "creating a circle of strangers."

From the examples analyzed above, one can learn that in the process of China and Russia's fight against the coronavirus, there are at least two enemies, one is the coronavirus, the other is some countries that are trying to politicize the coronavirus.

The **tactic of "distancing"** is implemented using such means as:

(1) Lexical units with the meaning of alienation in relation to the coronavirus and countries politicizing it, for example, battle, struggle with someone/something, overcoming, overcoming, confrontation, overcoming something: China will always remember Russia's help to China, which came at the most difficult moment of the battle with the epidemic (RG 04.17.2020); Russia and China are fighting COVID-19 (RG 04.17.2020); Putin and Xi Jinping agreed that Western attempts to politicize the pandemic are extremely counterproductive, as they create obstacles in the global fight against coronavirus pneumonia (RG 04.17.2020). China intends to work with the international community, including Russia, to overcome difficulties (RIA Novosti 11/19/2020); In the process of confronting the coronavirus epidemic, China and Russia help each other and mutually exchange experience in combating the disease... (RIA Novosti 19.11.2020).

Media texts often use the combination *fighting something* with the meaning "activity aimed at overcoming, destroying something." [Ushakov 2014: 43]. *Battle* — "battle, fight; decisive, general battle" [Ushakov 2014: 38]. Noun from verb *overcome* - *overcome* — means "to win, to cope with something" [Ushakov 2014: 522]. So, these lexemes sufficiently demonstrate that at present the enemy for the peoples of China and Russia, and the whole world is the coronavirus.

(2) Lexical units expressing dedifferentiating generalization and indeterminacy [Samarina 2006: 8]. "The expressed values of uncertainty and generalization lower the social status of the opponent, belittle his qualities and dignity" [Samarina 2006: 16]. Thus, the coronavirus and its semantic field are presented as an enemy, whose status is rendered indifferent in relation to the Russian-Chinese community using lexemes. *any, any, any, different: Against the backdrop of a pandemic on a global scale, the further development of Sino-Russian cooperation in science, technology*

and innovation will undoubtedly strengthen the confidence of the two countries to overcome various difficulties in the future, including the coronavirus epidemic (RIA Novosti, 27.04.2020); I am sure that with the joint efforts of Russia and China <...> we will defeat any virus and achieve final victory in this war (TASS, 08.05.2020); The spread of the virus at different stages of the pandemic and how to treat patients who are seriously ill (RG, 21.05.2020). As can be seen from the examples, the coronavirus, like any other difficulties, is facing China and Russia.

Countries that are trying to politicize the coronavirus were labeled hyperaddressers of texts — *West. For example, Putin and Xi Jinping agreed that Western attempts to politicize the pandemic are highly counterproductive.* (RIA Novosti, 17.04.2020).

In addition, the hyperaddresser uses a phrase with an indefinite meaning - individuals to lower the opponent's status: *Attempts by individuals to tarnish China on the origin of the virus are unacceptable (RIA Novosti, 04/17/2020); According to the diplomat, such statements by the Russian Federation testify to the high level of development of Chinese-Russian relations. Zhao Lijian stressed that thanks to this position of Moscow, individual countries are “losing” the opportunity to slander China.* (TASS, 11.05.2020). It is necessary to indicate the meaning of the adjective separate - it is “some, some” [Ushakov 2014: 417].

(3) Statements with a negative evaluation: *Recall that Russia and China <...> do not intend to abandon this goal, even despite the negative impact of the coronavirus pneumonia pandemic on international trade (RG 17.04.2020); Earlier, the press secretary of the President of the Russian Federation Dmitry Peskov told reporters that the Kremlin considers it inadmissible to operate with unsubstantiated accusations against someone about the artificial origin of COVID-19.* (RIA Novosti, 23.04.2020). *Politicization and labeling in connection with the coronavirus pandemic will not contribute to international cooperation, Chinese President Xi Jinping said in a telephone conversation with Russian President Vladimir Putin* (RIA Novosti, 16.04.2020); *In the current international environment, where the negative impact of*

the new type of coronavirus epidemic does not subside (RIA Novosti 27.08.2020).

After analyzing our material, we note that negative lexemes and sentences are widely used in the texts, for example, *negative, impermissible, unsubstantiated, does not subside ..., will not help ...etc.* They describe the crisis and the passive impact of the coronavirus on the life of mankind, the injustice of the politicization of the coronavirus for some countries.

Thus, through the strategies of “creating a circle of insiders” and “creating a circle of outsiders”, we can learn that China and Russia are united in the fight against modern challenges. Together they fight the coronavirus, oppose the politicization of the coronavirus, protect the interests of the state and the security of their peoples.

The texts that are included in the second group (on cooperation between China and Russia in the development of a vaccine, on the creation of measures to combat coronavirus and the development of medicine and healthcare in the two countries) were also analyzed.

After people survived the first stage of the epidemic, the stage of development of medicine, the development of a vaccine and the adoption of measures against the pandemic began. China and Russia always insist on active cooperation, no matter at what stage the spread of the pandemic is.

Thus, it is often used: 3) **speech strategy of cooperation, tactics of unity in action.** The language means used to implement this tactic are almost similar to the ways in which the “support tactic” is implemented. For example, media texts use: (1) vocabulary with the meaning of support and interaction: *mutual assistance, cooperation, assistance, support, etc.: Vladimir Putin and Xi Jinping spoke in favor of further mutual assistance and deepening cooperation in the field of medicine and drug development* (TASS, 19.03.2020); *On February 5, a group of Russian specialists arrived in Beijing to assist their Chinese colleagues in the fight against viral pneumonia and the development of a vaccine against the new coronavirus.* (RIA Novosti, 17.04.2020)

(2) Vocabulary with the meaning of positive evaluation: *constantly, good, partner,*

active, etc.: "As for the People's Republic of China, our specialists are in constant contact, there is an exchange of information. You know that the Chinese are also working on their own vaccines, we are moving forward in different areas. We have a very good, traditional partnership dialogue with the Chinese, which we will maintain," Peskov said. (RIA Novosti, 22.04.2020);

In this example, the word forms constant, exchange, traditionally express close contact between China and Russia, including in matters of coronavirus.

Russian President Vladimir Putin and Chinese President Xi Jinping during a telephone conversation confirmed their readiness to work together to create a vaccine and drugs against coronavirus (RIA Novosti, 05/08/2020); Countries are actively expanding cooperation in the field of research on the sources of viral diseases, the development and development of vaccines, drugs and medical equipment (RIA Novosti, 27.08.2020).

Lexemes is willing and actively show the positive attitude of China and Russia towards joint research and development of vaccines.

Thus, in media texts that are not foreign-influenced² and cover the international medical activities of Chinese and Russian leaders, hyperadvisers apply: 1) strategy of "creating a circle of one's own"; 2) strategy of "creating a circle of strangers" и 3) speech strategy of cooperation, which are implemented using: 1) tactics of support; 2) tactics of "creating the image of a hero"; 3) tactics of "distancing" and 4) tactics of unity in action, to show the mutual support and cooperation of China and Russia in solving difficulties and decisiveness, the positivity of cooperation in the face of the challenge of human health and politics.

2.3.2 Speech strategies and tactics in media texts under foreign influence on the topic "Medicine"

In the texts of the media under foreign influence¹², cooperation between countries against the coronavirus, the call of China and Russia to fight against

politicization are conveyed differently. The analysis of media texts made it possible to identify popular, frequently used speech strategies and tactics in which the intention of the hyperaddresser can manifest itself when transmitting information.

1) Non-cooperative strategy, tactics of ambiguity and tactics of silence.

Russia has bought almost 200 million protective masks from China since the end of March. This figure was named by the Russian Ambassador to Beijing Andrey Denisov. <.....> According to the Ministry of Industry and Trade, up to 9 million masks are now produced in Russia per day. Residents of most regions of Russia have already been obliged to wear them in public places (Echo Moskvyy, 08.05.2020³¹⁰); "The Russian coronavirus vaccine will be tested and produced in different countries, since its effectiveness is already obvious," President Vladimir Putin said at the BRICS summit. Putin added that "the BRICS countries need to accelerate the creation of a joint center for the development and research of a vaccine" (Echo Moskvyy, 17.11.2020³¹⁰).

In the first example, the hyperaddresser relies on quantitative data — *almost 200 million masks were bought in China, up to 9 million masks are produced per day in Russia*. At the same time, the reader is not explained why to buy masks from China if they are already produced in large quantities domestically.

In the second text, information about the apparent effectiveness of the Russian vaccine (*The Russian coronavirus vaccine will be tested and produced in different countries, as its effectiveness is already obvious*) compared with V. Putin's call to speed up its joint research (*BRICS countries need to accelerate the creation of a joint vaccine development and research center*). Such inconsistency in statements can cause readers to misunderstand, disapprove of the actions of the government, distrust it and doubt the effectiveness and safety of the Russian vaccine.

Consider another example: *The Chinese President called on world leaders not to politicize the fight against coronavirus. Speaking, Xi Jinping also announced that China will allocate \$50 million to support the UN's pandemic response plan. Shortly before Xi Jinping, US President Donald Trump spoke at the meeting, he said that*

China must be held accountable, which, as the American leader put it, "released this plague into the world." Vladimir Putin said in his speech that the UN Charter adopted 75 years ago remains the main source of international law. He also emphasized that it is impossible to overestimate the significance of the 75th anniversary of the defeat of Nazism and the anniversary of the creation of the UN (Echo Moskvyy, 22.09.2020³¹⁰).

According to the principle of cooperation of H. P. Grice, which we wrote about in the first chapter of our work (§1.2.3 The problem of classification of speech strategies), there are 4 maxims: 1) the maxim of quantity, 2) the maxim of quality, 3) the maxim of relevance and 4) method maxim. This text basically violates the maxims of relevance and mode in order to confuse readers and make them doubt the friendly relations between China and Russia.

For example, the hyperaddresser included information about Xi Jinping's call against the politicization of the coronavirus, along with the fact that China will provide \$50 million to support the UN plan to fight the pandemic. Future tense verb used *выделит*, so readers don't know if there will be results. In addition, the text notes that the US president accused China before Xi Jinping's speech (*China must be held accountable, which, as the American leader put it, "released this plague into the world"*). The construction shortly before something may leave readers feeling that Xi Jinping's speech is aimed at restoring his own interests and the image of the state, even avoiding responsibility, since Xi Jinping's speech lacks evidence that the US president was wrong. The hyperaddresser does not express positively about V. Putin's attitude to this event, that is, he does not use vocabulary with the meaning of support, as is done in media texts that are not under foreign influence², but only quotes V. Putin's speech, which was delivered earlier off topic coronavirus, but about the 75th anniversary of the establishment of the UN. Good relations between China and Russia are not indicated in any way in the media texts under foreign influence¹². So, through the tactics of obscurity, readers are confused, they do not understand the origin of the coronavirus and the specifics of relations between China and Russia at

all.

The following example also implements the tactic of ambiguity: *Chinese President Xi Jinping promised to supply 2 billion doses of coronavirus vaccine to other countries and another 100 million doses of COVID-19 vaccines to developing countries through the COVAX program. The vaccine should be available to everyone, he said.* (Echo Moskv, 22.09.2021³¹⁰).

In this fragment, using a compound sentence with a union "And" noted that China has promised to supply 2 billion doses of vaccine to other countries and 100 million doses of vaccine to developing countries. It is not clear which states are included in the list of other countries. Developing countries are mentioned separately, so we can assume that other countries mean developed countries. Due to the ambiguity, inaccuracy of information in the message, readers have similar questions. In addition, the hyperaddresser also does not explain the difference between the coronavirus vaccine and the COVID-19 vaccine under the COVAX program. Moreover, the last sentence raises doubts in the speech of the President of China: if the vaccine should be available to everyone, then why is it being supplied to some countries.

The tactic of silence is manifested in the fact that foreign-influenced media texts¹² (unlike non-foreign-influenced media²) do not report on China's success in the fight against coronavirus and mutual assistance between China and Russia. Especially in the sentence "Russia has purchased almost 200 million protective masks from China since the end of March"³¹⁰, the verb "purchased" means that the masks have been purchased, i.e. trade interests

2) Discredit strategy, image downgrading tactic

Discrediting the image of states or the image of the leaders of countries makes the population doubt their abilities and competence, and this also does not contribute to the exchange between the peoples of different countries.

China has proposed a global initiative in the field of vaccination against coronavirus - this was announced by the country's leader Xi Jinping at the G20

summit in Rome. The details of the project have not yet been specified. This is the first face-to-face meeting of the G20 leaders since the beginning of the pandemic, while the Chinese leader did not fly to it and spoke via video link. Earlier at the same summit, King Salman lamented the fact that low-income countries are deprived of full access to vaccines, and Russian President Vladimir Putin lamented the unpreparedness of some states for the mutual recognition of vaccines against covid. The G20 also supported the WHO call to vaccinate 70% of the world's population by mid-2022. (Echo Moskvu, 30.10.2021³¹⁰).

In this text, the image of the President of the People's Republic of China is downgraded. The verb suggested in the past tense reflects that the Chinese leader should have known more about the coronavirus vaccination initiative he proposed. However, a negative sentence "Details of the project are yet to be specified" allows readers to question China's leader's action. In addition, the hyperaddresser uses the expression *пу эмом*, to connect sentences: "*This is the first face-to-face meeting of the G20 leaders since the beginning of the pandemic, while the Chinese leader did not fly to it and spoke via video link*".

full-time means "carried out through direct contact" [Shvedova 2011: 606]. Combination "*first meeting*" matched with combination "*Chinese leader did not arrive, spoke via video link*", which can cause readers to have a negative attitude towards the chairman of the PRC. With the help of vocabulary *face-to-face meeting via video link* a contrast is formed, in which the behavior of the leader of China is indirectly condemned. Moreover, vocabulary with a negative meaning is used: *unpreparedness, lament and etc.*, which also does not contribute to enhancing the image of cooperation between China and Russia. The hyperaddresser notes that V. Putin lamented the unwillingness of some states to mutually recognize vaccines against covid and did not mention China's mutual support in the development of a vaccine, as reported in the media that are not under foreign influence². It also makes readers wonder if China is included in the list of some states.

It should be noted that downgrading the image of the Chinese leader does not

stimulate exchange between the peoples of the two countries. But this tactic is often used in foreign-influenced media texts¹²: *Speaking at the virtual G20 summit, the Chinese leader explained that this was “based on the results of tests for the nucleic acid of the coronavirus, labeling in the form of internationally recognized QR codes.” Xi Jinping expressed hope that not only G20 members, but also many other countries would join this mechanism. Xi Jinping did not specify other details about the international mechanism of "health codes" (Echo Moskv, 21.11.2020³¹⁰);*

These texts use indefinite expressions (*didn't specify if they would*) and adversarial union *But* in a negative sentence. Such inconsistent expressions and sentences with opposition are also found in other texts.

To achieve its goal of influencing the addressee, the hyperaddresser creates news according to his intention, selects the information that is appropriate for this, corrects the text and applies appropriate speech strategies. After analyzing the material, we note that the texts of the media that are not under foreign influence² express state interests, cause the addressee to give a positive assessment not only to the authorities, but also to relations between China and Russia, which is achieved through the speech strategy used by the hyperaddresser "creating a circle of one's own", "creating a circle of strangers", and cooperation strategies, which in general can be called the concept of creation. While in the media under foreign influence¹², a non-cooperative strategy and a strategy of discrediting are being implemented, which leads to misunderstanding, disapproval of the actions of the authorities and a negative attitude towards the interaction of the two countries, which in general can be called the concept of destruction, that is, destructive relationships.

2.4 Speech strategies and ways of their implementation in media texts under the heading "Economics and Business"

China and Russia are important partners who cooperate in the field of economy and business. With the increasing globalization of the world economy, interaction

between China and Russia is constantly developing, including cooperation in the field of trade, investment, digital economy, agriculture, technology, space, energy, etc. - all these areas have given a new impetus to the development of bilateral trade and economic relations. Close cooperation, business negotiations and official meetings between the leaders of the two countries at various international economic events are accelerating the development of trade and economic relations between China and Russia.

In the material we have selected (media texts on economics and business), the following international forums, in which V. Putin and Xi Jinping took part, attract special attention:

1) EXPO World Exhibition (a platform for demonstrating the achievements of various countries in the field of technology, industry, etc.);

2) "Group of Twenty / G20 (G20)" - the leading forum for international economic cooperation;

3) BRICS summit (a group of five countries: Brazil, Russia, India, China, South Africa);

4) APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) Forum;

5) WEF — Eastern Economic Forum;

6) SPIEF - St. Petersburg International Economic Forum;

7) Forum "One Belt - One Road";

8) SCO (Shanghai Cooperation Organization)

Within the framework of these international economic forums or summits, agreements have been reached between China and Russia on the following projects:

1) Export of Russian wheat to China;

2) Joint development of YotaPhone 3;

3) Joint development of the Russian-Chinese wide-body long-range aircraft (SHFDMS);

4) Development of air communication between China and Russia;

5) Granting a loan from a Chinese bank to a Russian bank;

- 6) Construction of power units of Russian design in China;
- 7) Trade and economic cooperation between the EAEU and China's Belt and Road Initiative (Chinese: 一带一路), etc.

In addition to these projects, which were created within the framework of international forums, there are other types of activities in the field of economics and business that highlight the international activities of V. Putin and Xi Jinping, such as:

- 8) Joint creation of nuclear power plants;
- 9) Gas supply to China via the Power of Siberia pipeline;
- 10) Joint creation of an innovation fund;
- 11) Signing by MTS and Huawei of an agreement on the development of 5G in Russia;
- 12) Opening of the Chinese HAVAL factory in Tula;
- 13) Expanding the use of the ruble and yuan in bilateral trade;
- 14) Agreement between the Russian Railways and Chinese Railways holdings on high-speed rail transportation, etc.

Media news texts inform the addressee that the cooperation between China and Russia in the field of economics and business is in full swing. The creation of transnational corporations, mutual investment, close trade contacts - all this contributes to the joint development of the economy of China and Russia, ensures a good standard of living for the peoples of the two countries.

2.4.1 Speech strategies and tactics in media texts not under foreign influence on the topic "Economy and business"

After analyzing the texts of the media that we have selected that are not under foreign influence², we found that the main intention of the hyperaddresser when transmitting information is to show good prospects for active cooperation between China and Russia on various projects, as well as to cause the hyperaddressee to approve the decisions of the authorities and relations between the two countries. The

hyperaddresser represents that both countries trust and support each other. The interaction of the two countries in the field of economy and business not only brings economic benefits to both sides, but also promotes bilateral relations in all directions.

In order for readers to positively assess the cooperation projects between China and Russia, we used:

1) Approval speech strategy, which is implemented with the help of **praise tactics**.

For example, joint projects are reported: *The Chinese authorities consider cooperation with Russia in the nuclear energy sector a special priority for bilateral comprehensive strategic cooperation. This was announced on Wednesday by Chinese President Xi Jinping. <...> The Tianwan Power Plant (Jiangsu Province, East China) is the largest facility of Russian-Chinese economic cooperation: the first and second power units were launched in 2007, the third and fourth were put into commercial operation in 2018. Three years ago, Rosatom also signed a framework contract with Chinese partners on the serial construction of blocks of the Xudapu NPP (Northeast Liaoning Province) (TASS, 19.05.2021).*

This fragment uses the adjective priority, which means “the most important, leading one” [Ozhegov, Shvedova 2006: 596] and reflects the attention of the Chinese side to this project. The participation of the Russian side in the project is expressed in a proper name Rosatom, which is a huge state holding in Russia. At the same time, the large scope of the project is emphasized. The scale of the project is described using lexemes The adjective large means “large, large, large” [Ushakov 2014: 258], and with the help of the lexeme “the most” forms the superlative form (the largest); Serial – “pertaining to production in batches” [Shvedova 2011: 876], describes the number of structures of the joint project (NPP units) – very large. So, thanks to these lexemes, we learn about the large scale of the project to create a joint nuclear power plant.

In addition, the idea of success is expressed with the help of perfect past tense verbs, short passive participles and adjective framework, the value of which is

associated with a stable combination framework agreement — “a preliminary agreement on the main provisions, on the general principles of action” [Shvedova 2011: 805]. Thus, the completion of the stages of work within the framework of this project is highlighted, which reflects the great experience and availability of cooperation between China and Russia in this direction in order to convince readers of the prospects for the development of nuclear power plants. present tense verb conveys that the process of cooperation between the two countries is still underway, not over.

The following examples also show the scope of the project and the success stories of the joint China-Russia energy project: “Russia has no such format of interaction in the nuclear sphere as with China with any country in the world,” Russian President Vladimir Putin said on Friday following talks with Chinese leader Xi Jinping in the Chinese capital (RIA Novosti, 08.06.2018).

In this example, the combinations “there is no other country in the world” and “such a format” – “size, size” [Abramov 1999: 507] emphasize the unprecedented scale of the project, thereby expressing Russia's trust in China.

Moscow and Beijing have been cooperating in the nuclear industry for a long time. With Russia's participation in China, four power units of the Tianwan NPP and a demonstration fast neutron nuclear reactor CFR were built. The countries are also working on a project for a power unit with a fast neutron reactor CFR-600 (RIA Novosti, 19.05.2021). Adverb means “a long time ago; long before the present; for a long time, up to the present moment” [Ushakov 2014: 107], present tense verb reflects that China and Russia are still interacting in the nuclear industry. This means that they have rich experience in this kind of cooperation. Moreover, the constructed power units, nuclear reactors are listed, which also demonstrates the achievements achieved in the project.

Praise for the joint project to create a nuclear power plant is also manifested in emphasizing its importance and significance.: *At the ceremony to begin construction of power units at two Russian-Chinese nuclear power plants. <...> "It is necessary to*

contribute to the formation of a more equitable, more open global system of global energy management," the Chinese leader stressed. According to Xi Jinping, the common task for all countries is to counter climate change. "China and Russia, as responsible powers, should contribute to the implementation of even more low-carbon projects," he added. (TASS, 19.05.2021). "Interaction in the field of peaceful atom is an important component of the Russian Chinese strategic partnership," Putin said, calling the project a landmark and flagship (RG, 19.05.2021).

In these examples, vocabulary is used with the meaning of necessity, degree of vocabulary and adjectives important, iconic, flagship, which reflects the importance of the nuclear power plant project. Adjective flagship, derived from a noun flagship, means "commander of a large formation of warships, squadron; the largest or the best vessel of the fleet of a given area, a special flotilla, a given type of vessels" [Ozhegov, Shvedova 2006: 854]. Adjective sign - from noun sign - "a mark, an image, an object that marks, denotes something." [Ozhegov, Shvedova 2006: 231]. Thus, the hyperaddresser and speaker (V. Putin) use a metaphor, the NPP project is compared with the leader in the strategic cooperation between China and Russia. In turn, a verb with a positive connotation means "to assist, assist; be the cause, help the emergence, development of something. [Ozhegov, Shvedova 2006: 757]. The linguistic means used in the texts allow readers to feel that this project is of great importance both for Chinese-Russian relations and for all mankind.

2) Speech strategy of persuasion, proof tactics:

As part of the implementation of this strategy and tactics, the hyperaddresser often cites digital data to show the benefits of cooperation projects for both parties.

"The full potential has already been identified. Almost all the obstacles that impede the development of trade and economic cooperation have been removed. We will resolve some problems that exist," the diplomat said. According to the General Administration of Customs of the People's Republic of China, the trade turnover between Russia and China increased by 4.7% year-on-year in the seven months of this year, to 61.13 billion. 69.52 billion. In 2017, this figure increased to 84.07 billion,

in 2018 it exceeded 107 billion. (TASS, 14.08.2019).

In this example, the hyperaddresser mainly describes the growth in trade and the prospect of economic development between China and Russia using digital data.: years (2016, 2017, 2018, 2019), interest (4.7%, 2.2%), amounts (61.13 billion, 107 billion), etc. Combination with the semantics of a number all potential is revealed means the potential is fully 100% revealed; and almost all obstacles removed means no obstacles (0). In addition, vocabulary with the meaning of increase is also used (growth, grew, increased), and prepositions to, to, and verbs to reach, exceed. Moreover, vocabulary with the meaning of generalization (all, everything) reflects comprehensive, active cooperation in the field of economy and business.

At the end of the talks, the leaders and delegations of the two countries took part in a gala dinner, after which Putin and Xi Jinping examined new models of Haval SUVs, which are assembled in the Tula region, in the courtyard of the Grand Kremlin Palace. The Governor of the region Alexey Dyumin spoke about the history of the creation of a new production from the moment the agreement was signed between the countries and until the opening and launch of production. He said that the management of the plant and the region signed an agreement on the second stage of the project. According to Dyumin, this stage will increase the number of jobs from 800 to 1.5 thousand, investments will amount to 20 billion rubles. (TASS, 06.06.2019).

This snippet also uses digital data (jobs from 800 to 1.5 thousand, investments will amount to 20 billion rubles). But in order to emphasize the benefits brought by the cooperation project (the opening of the HAVAL automobile plant in Russia), the combination “since the signing of the agreement”, “signed the agreement”, “will increase”. In particular, allow - “Give the right or opportunity to do something. allow; allow, facilitate, enable, not hinder” [Ushakov 2014: 476], so the signing of a cooperation agreement with a Chinese plant made it possible to increase the number of jobs and investments.

The possibility of increasing trade turnover, investment and the development of

bilateral relations in the field of economy and business was brought by the achieved cooperation on projects. This is reflected in the speech of V. Putin at the BRICS summit: *Russian President Vladimir Putin called the goal of reaching \$200 billion in trade with China as absolutely realistic, noting that the prospects for bilateral cooperation are good and everything is going according to plan. <...> “Our relevant departments are now preparing a plan for our joint actions in order to show how soon we can reach 200 billion turnover. And, of course, we have major projects that we are working on, including space, nuclear power, and aircraft manufacturing. We have good prospects here in high-tech industries. Everything is going according to plan, we keep it under control,” he assured* (RIA Novosti, 15.11.2019).

To convince the people of the two countries of the availability of the goal hyperaddresser and speaker (V. Putin) listed the existing projects between China and Russia (projects in space, nuclear energy, aircraft manufacturing, etc.). In this regard, the President of Russia can confidently say that reaching a trade turnover with China of \$200 billion is an absolutely realistic goal. Adverb absolutely means “completely, completely” [Ushakov 2014: 7]; realistic — “quite practical, corresponding to reality” [Ozhegov, Shvedova 2006: 671].

The texts of Russian non-foreign-influenced media² in the field of economics and business not only show the active trade and economic cooperation between China and Russia and good results, but also reflect the situation where both countries support and recognize each other, establish mutually beneficial cooperation.

To show good relations between China and Russia, mutual support and trust in each other, is used:

3) Presentation speech strategy, proximity tactics: *Russian President Vladimir Putin and Chinese President Xi Jinping stressed their desire to actively build up cooperation between the Russian Federation and China, including in the supply of hydrocarbons, nuclear power, and aircraft manufacturing, the Kremlin press service reports. In addition, the leaders stressed their interest in further close coordination of efforts in the international arena, primarily within the framework of*

the UN Security Council, as well as through the SCO and BRICS. Putin and Xi Jinping agreed to continue contacts at various levels (RIA Novosti, 08.07.2020).

This text uses vocabulary that reflects the active desire of the two sides for joint cooperation: aspiration, active, interest. Striving means "an insistent desire for something. achieve sth. implement; striving for something." [Ozhegov, Shvedova 2006: 773]. Interest — noun from adjective interested, which means "discovering, containing or having for someone. interest" [Ozhegov, Shvedova 2006: 206]. Vocabulary with duration value (continuation, further) also expresses the desire of China and Russia to cooperate. In our opinion, this active desire for cooperation is connected with the common interests of the two countries, as well as with trust in each other.

The following example shows that China and Russia have a common goal to strengthen cooperation in the field of economics, and both sides jointly achieve it with all their might: *To achieve our joint goals, we need to strengthen trade, economic and investment cooperation. We are building up cooperation in traditional industries: space exploration, nuclear energy, the aircraft industry, and IT technologies. We are unifying the digital space, which will allow us to create secure and independent information systems in the near future, for example, a payment system similar to SWIFT, and even an alternative to the Internet. We have largely converted bilateral trade payments into national currencies* (RG. 27.09.2021).

Hyperaddresser uses present tense verbs, thus showing that China and Russia always insist on cooperation both in traditional industries and in the digital space. Verbs grow - "make grow on sth." [Ozhegov, Shvedova 2006: 206]; unify — "bring (-lead) to uniformity" [Ozhegov, Shvedova 2006: 834] emphasize that China and Russia continue to develop cooperation in traditional sectors of the economy and strive to reach an agreement in new directions, support each other. Proximity between two countries is expressed through the first person pronoun we, adverbs jointly, which are also used in another example: belt and one road" and the Eurasian Economic Union, support innovation and development of the digital economy, and

jointly respond to global climate change" (RG. 27.09.2021).

First person pronoun we, noun with the meaning of union integration, adverb together, adjective joint — they all reflect the commonality of China and Russia.

Consider the following example: *China has always been and remains an active supporting force and participant in cooperation with the Russian Far East. In the first quarter of this year, the total volume of trade between the Far Eastern Federal District and China increased by 31.8 percent compared to the same period in 2020. China firmly holds the position of the main trading partner and the largest source of foreign capital in the Russian Far East. <...> The Russian Chairman of the Expert Council of the Chinese-Russian Committee for Friendship, Peace and Development, Yuri Tavrovsky, shared the following data on the sidelines of the VI WEF: in 2020, the volume of bilateral trade between China and Russia exceeded \$100 billion for the third year in a row; In the first four months of 2021, the volume of Sino-Russian trade increased by 19.8 percent compared to the same period last year* (RG. 27.09.2021).

This example shows China's continued support for Russia. With the help of an adverb always, past tense verb was and the verb in the present tense remains it is stated that the hyperaddresser not only reflects the history of relations between the two states, but rather conveys the desire for peace and cooperation between Russia and China to exist without interruption. To further emphasize the importance of mutual support between countries, the hyperaddresser cites figures such as: trade with China increased by 31.8 percent; The volume of bilateral trade between China and Russia exceeded \$100 billion for the third year in a row, and in the first four months of 2021, the volume of China-Russia trade increased by 19.8 percent. In this regard, it has been proven that China is the main and reliable trading partner for Russia.

4) Speech strategy for promotion, analysis-plus tactics (by O. L. Mikhaleva)

According to the definition of O. L. Mikhaleva, the promotion strategy reflects “the speaker's desire to maximize the significance of his own status” [Mikhaleva 2009: 52]. This strategy can be implemented with the help of analysis-"plus" tactics - "consideration, analysis of the situation, implying an implicit expression of the

speaker's positive attitude towards the described situation" [Mikhaleva 2009: 52]. In the texts we have selected, the upside strategy is aimed at demonstrating the excellent relationship between China and Russia in the field of economic cooperation. Consider the language means of implementing the analysis-plus tactics: *Russian President Vladimir Putin noted the contribution of Chinese partners to the economy of the Far East and the coincidence of the geopolitical interests of Russia and China. "I am very pleased that, firstly, the Chinese partners are the largest investors in the region's economy, and, secondly, the most important thing is that we are not just talking about the coincidence of our geopolitical interests, which is certainly very important, but we are engaged in specific work, we are achieving good results, we see prospects and are confidently moving forward," Putin said at a meeting with Vice Premier of the State Council of the People's Republic of China Hu Chunhua on the sidelines of the WEF (TASS, 05.09.2019).*

A hyperaddresser and a speaker (V. Putin) use: 1) vocabulary with a positive meaning, for example, contribution, nice, large, to convey China's approval to the Russian side. The degree of this approval is expressed by the adverb very and adjective the most; 2) repeated repetition of vocabulary with the meaning of party solidarity partners, first person pronouns with the meaning of a group of people we, ours, thus marking the unification of China and Russia. At the syntactic level, the speaker often uses introductory words to logically show the plus of the Chinese partner and good relations between the two countries: firstly, secondly, most importantly, very important, of course, and etc.

Russia's attention to the Chinese side is also shown in the following example: *Putin noted that the idea of Chinese President Xi Jinping to pair the Chinese Belt and Road Initiative with other integration associations also fully fits into the plans of the EAEU. According to the Russian leader, the EAEU strives for the widest possible interaction with all interested states and associations, primarily with China. The President drew attention to the fact that the agreement on trade and economic cooperation between the EAEU and China will come into force in the coming months*

(TASS, 26.04.2019).

With the help of construction to fit into something and adverbs completely the recognition of the Chinese idea by the President of Russia and V. Putin's appeal to China with an invitation to join the plans of the EAEU are transmitted. Fit means “to harmonize with the environment” [Ozhegov, Shvedova 2006: 101], that is, the text means that the idea of China is in harmony with the plans of the EAEU. Especially combinations in the first place, pay attention to emphasize that V. Putin pays great attention to China. Accordingly, the good relations between China and Russia are presented, which can also be found in the following text: *When Chinese President Xi Jinping attended the Eastern Economic Forum for the first time in 2018, he stressed, “China is pursuing a regional coordinated development strategy, accelerating the reconstruction of old industrial bases in the northeast of the country. The development of the Far East is also included in the national development strategy of Russia, and a strong policy of interaction and cooperation is being promoted.” Since then, an agreement has been reached to establish an intergovernmental committee for cooperation between Northeast China, the Russian Far East and the Baikal region. Regional cooperation between the Northeast and the Far East is only the beginning. It is worth recalling separately that 2018 was also the year of Chinese-Russian cooperation and exchanges at the local level, as such it was personally determined by the heads of state of China and Russia. Then the Vladivostok airport attracted 3 airlines from China to cooperation at once* (RG, 07.09.2021).

In this context, the hyperaddresser compares the regional economic development strategy in the Northeast of China with the national development strategy of the Far East in order to note intergovernmental cooperation in the regions of both countries, which in turn represents in-depth cooperation between China and Russia, especially the combination *только начало* reflects a situation that will be even better.

The "plus" of bilateral relations is also shown 1) in the face of global challenges: *In the context of a serious downturn in the global economy, as well as a*

drop in world trade and investment, the pace of cooperation between the two countries has hardly slowed down. For 11 months of this year, the trade turnover between China and Russia amounted to 97 billion 389 million dollars. Significant progress has been made in many areas, trade intensity is increasing, new business formats are booming, including cross-border e-commerce (RIA Novosti, 18.12.2020);

In this fragment, the state of the world economy is contrasted with the economic development between China and Russia using a lexicon with downgrading semantics (decline, fall) and vocabulary with the meaning of increase (progress, rises, develops, has not slowed down). The strength of Russian-Chinese relations in the field of economics and business is manifested in a stable trade turnover between the countries (the pace of cooperation has not slowed down, for 11 months of this year the trade turnover amounted to 97 billion 389 million dollars). Verbs in the past tense (compiled, was achieved) show readers the results obtained by China and Russia in the face of the challenge - coronavirus. Moreover, thanks to the adjectives many, new and dialect booming the economy between China and Russia contrasts sharply with the depression in the global market, reflecting the positive and good bilateral relations of the countries.

2) in mutual recognition: *One of the most striking examples of effective high-tech cooperation is Huawei. In 2020, Moscow used Huawei technology and equipment to promote smart city solutions. In the future, Huawei will continue to invest in Russia, as the corporation is interested in the developments of Russian scientific and technical specialists and teams. According to Danil Bochkov, an expert on Russian-Chinese relations of the Russian International Affairs Council, the Russian Federation and China have expanded their cooperation in almost all strategic and political areas (RG, 07.09.2021).*

With the help of adjectives, the brightest, most effective demonstrated successful cooperation between China and Russia. Verb in past tense used and a short passive participle interested report that Chinese technology and equipment are recognized and used by Russia, and that Russian specialists are approved by China.

Collaborative work is also evident in other projects: *A bilateral agreement on the program for the creation of a heavy civilian helicopter was signed in June 2016 during the official visit of Russian President Vladimir Putin to China. In February 2017, it was approved by the Prime Minister of the Russian Federation Dmitry Medvedev. The agreement assumes that the Russian Helicopters holding (part of Rostec) will invest in the project in the form of technology, as well as develop a technical proposal and individual systems for the new machine on a contract basis. The Chinese side will organize and implement the program as a whole, including design, construction of prototypes, testing, certification, production, as well as promotion of the helicopter to the market and overall coordination of work. As stated earlier in the holding, the joint development will not only contribute to the further development of cooperation in high-tech industries, but also "strengthen friendly ties between Russia and China as a whole" (TASS, 31.08.2017).*

Thanks to the verbs and verbal nouns design, build, conduct, promote hyperaddresser describes the content of the joint work, it is noted that China and Russia in cooperation on the heavy civil helicopter project will take advantage of their advantages to make this program a success. Moreover, in order to allow readers to learn more about the significance of this joint development for the two countries, the union was used *not only... but also...* and then the friendly ties between the two countries are emphasized.

Thus, in the texts of the Russian media, which are not under foreign influence² and cover the international activities of V. Putin and Xi Jinping in the field of economics and business, they used 1) approval speech strategy and 2) speech strategy of persuasion, to show readers the correctness of the decision of the authorities, mutually beneficial cooperation projects between China and Russia. Presenting the results of joint work on projects can allow the peoples to be confident in the prospects for the joint development of the countries' economies. Applications have also been identified 3) presentation speech strategy and 4) speech strategy for promotion, to demonstrate the friendly relations between China and Russia. Both sides recognize

and support each other, adhere to the principles of mutually beneficial cooperation.

2.4.2 Speech strategies and tactics in media texts under foreign influence on the topic "Economy and business"

We believe that the intention of the hyperaddresser of publications under foreign influence¹², when reporting on cooperation between China and Russia in the field of economics and business, as a rule, is aimed at expressing a neutral or even negative assessment. In other words, the hyperaddresser does not aim to endorse or promote cooperation and good relations between the two countries, but tries to show that cooperation between China and Russia is built only on the basis of modern state interests, and not friendship. If the interests of one of the two parties are violated, then there will be no cooperation itself.

For example, in the report on the signing of a gas contract between China and Russia, attention is paid to precisely the obstacle to cooperation between the two countries - before the signing, questions arose about the price of gas. Hyperaddresser applies: 1) the **speech strategy of inaccessibility** and the **tactic of denial**, which is expressed with the help of linguistic means of different levels. The speech strategy of inaccessibility suggests a reflection of failure or uncertainty in cooperation between China and Russia in the field of economics: *China has postponed the signing of a gas contract with Russia; The day before, on May 20, the Vedomosti newspaper, citing sources in the Russian delegation, wrote that the negotiations were dragging on. After that, Gazprom shares fell by 2%; In an interview with Bloomberg TV on the eve of Putin's visit, Russian Prime Minister Dmitry Medvedev said that "negotiations with China on gas supplies have been going on for a long time, calling them "not the easiest" due to differences in views on price."* (Dozhd, 21.05.2014⁴¹¹).

At the lexical level, the hyperaddresser uses vocabulary and phrases with a negative meaning, for example, postponed, dragged on, dropped, not the simplest etc., in particular, put aside — “put aside, separately; the same as postponing” [Ozhegov,

Shvedova 2006: 474]; drag on — “slow down in development, linger, last for some smth. term” [Kuznetsov 2000: 353]. The use of these funds shows the failure of the project, which led to negative results: the stock fell. At the syntactic level, negative sentences are used, which are formed by means of a particle with a negative meaning. For example: *Chinese state oil company PetroChina (a subsidiary of China's largest oil and gas producer CNPC) will not sign a gas supply contract with Gazprom during the visit of Russian President Vladimir Putin* (Dozhd, 21.05.2014⁴¹¹).

In addition, in order to confirm the point of view of the hyperaddresser, to convince the reader that he is right, the words of third parties are given: “*Now the price of imported gas exceeds the cost on the domestic market. We are already losing money due to imported gas and cannot afford additional losses,*” said Mao Zefeng; “*China, of course, will not engage in charity. <...> China is in no hurry. The initiative must come from Russia. Against this background, Russia abandoned the gas pipeline through the Altai and decided to concentrate on the fields in Eastern Siberia and from there to build the gas pipeline. But the gas there is rich in additional chemicals, and significant investments are needed to purify it,*” Vitaly Gromadin, a senior analyst at ArbatCapital, told Dozhd earlier. (Dozhd, 21.05.2014⁴¹¹). Experts Mao Zefeng (PetroChina Spokesperson) and Vitaly Gromadi (Senior Analyst at ArbatCapital) also use: 1) lexemes with a negative meaning (lose, losses, refused), for example, to lose means to be deprived of something. negligently” [Kuznetsov 2000: 1320]. From the context, it can be argued that the Chinese side is losing money due to its oversight, therefore it cannot concede; 2) negative sentences with a negative particle cannot, will not, is in no hurry etc., and the introductory word of course even reinforces the speaker's (Vitaly Gromadin) emphatic denial of the conditions for this collaboration.

The **strategy of inaccessibility** and **tactic of denial** are also applied in the communication of other projects between China and Russia: *Huawei may switch to the Russian operating system "Aurora" (headline). Earlier, Google denied the Chinese company access to Android updates due to Huawei being blacklisted in the*

US. Huawei's transition to Aurora was discussed at a meeting between CEO Guo Ping and Russian Minister of Digital Development and Communications Konstantin Noskov. The talks were held before the St. Petersburg Economic Forum, The Bell writes, citing sources. It is alleged that China is already testing devices with Aurora pre-installed. In addition, the meeting discussed the localization of production in Russia of a part of Huawei devices. Vladimir Putin and Chinese President Xi Jinping also discussed the possibility of installing a Russian operating system on Chinese smartphones. OS "Aurora" is a Russian version of the Finnish Sailfish. Its creator, Jolla, was bought by Russian entrepreneur Grigory Berezkin in 2014. Later, he agreed with the Ministry of Telecom and Mass Communications on the development of a Russian operating system on its basis. Earlier it became known that officials, employees of state companies and state employees will be massively transferred to phones from the Russian OS (Echo Moskv, 11.06.2019³¹⁰).

In this message, the hyperaddresser of the media under foreign influence¹² the use of vocabulary and combination with a negative meaning (*deprived, blacklisted*) tries to make readers doubt the Chinese smartphone Huawei. *deprive* — “leave without someone, smth., take away smth. from someone” [Kuznetsov 2000: 502]; *black list* — “a list of suspicious, unreliable persons who are not hired or fired in the first place; a list of persons or other entities (objects) who are denied a specific right, privilege or action” [Mokienko, Nikitina 2007: 637]. It is noted that Google does not cooperate with Huawei, and the reason for this is not indicated by the hyperaddresser. Thus, it is not clear to the reader why the Russian government accepted the transition of the Chinese Huawei to the Russian operating system. In addition to not recognizing the Chinese smartphone, good Sino-Russian relations are also not maintained, which is expressed through the use of vocabulary with the meaning of restriction: *localization, part. Localization* - whose meaning matches the lexicon *localize*, means "to restrict to a certain place, to prevent - to prevent the spread of smth. further than a certain place" [Kuznetsov 2000: 504], therefore, there may be doubts about the benevolent attitude of Russia towards this project, and the

impression is created that cooperation between China and Russia is conditional and limited. Moreover, the hyperaddresser of the text did not at all report either the reason for the localization of part of the device, or the results of negotiations between the leaders of the two countries. At the same time, potential users of the Russian Aurora operating system are noted in the last sentence.: *officials, employees of state companies and state employees*. So, the hyperaddresser gives readers the feeling that cooperation with China on the Huawei project is most likely carried out only for the sake of some interests of the authorities, and not for the benefit of the entire population, as a result of which the results of joint work remain unknown.

Let's summarize the means used to achieve the hyperaddresser's intention: denying the Chinese smartphone, not recognizing the good relations between China and Russia, and expressing distrust in the Russian authorities. Therefore, the hyperaddresser is aimed at reporting the lack of effectiveness of this project. Compare with the message in the Russian media, not under foreign influence², which indicates the intention and possibility of cooperation between Russia and China: *Answering the question on what topic negotiations were held, Mamonov said: "Regarding the use of the Avrora mobile system ... We just agreed that we would start this work. That is, for us, the fact that our developments are recognized at the highest level, our developments are not devoid of interest, that is, we can enter the third product of some kind"* (RIA Novosti, 21.06.2019).

The discrediting of relations between China and Russia is also implemented with the help of 2) a **speech strategy of collation** and **tactics of comparison**:

On the eve of Putin's visit to China, Russian Prime Minister Dmitry Medvedev, in an interview with Bloomberg TV, said that negotiations with China on gas supplies have been ongoing for a long time, calling them "not the easiest" due to differences in views on price (Dozhd, 21.05.2014⁴¹¹); Gazprom expected to receive \$400 per thousand cubic meters as a base price for China. The Chinese side wanted \$350-360 (Dozhd, 21.05.2014⁴¹¹). Hyperaddresser with vocabulary contrasting the day before – a long time ago, \$400 – \$350–\$360 compares the present situation with past

conditions, the price from Russia with the price from China, and in these comparative offers expresses its subjective opinion that the cooperation between China and Russia is not so successful. Both sides did not reach an agreement due to their own interests. Despite the fact that China and Russia eventually signed the contract, the hyperaddresser does not attach a positive assessment to the information but focuses on the issue of "bargaining" between China and Russia. This presentation of information does not contribute to the formation of a positive image of the relationship between China and Russia among the audience.

Moreover, during the analysis, it was found that the selected texts about the project of gas supply to China are not semantically significantly different, they cover the same event - the supply of natural gas from Russia to China. At the same time, the emphasis is always placed on the fact that negotiations are underway regarding the volume and cost of supplies, i.e., financial interests of the Russian Federation: *The annual supply of Russian gas to China will amount to 38 billion cubic meters with the possibility of increasing to 60 billion* (Dozhd 22.03.2013⁴¹¹); *Russia plans to double trade with China to \$200 billion* (Dozhd, 24.05.2014⁴¹¹). Consequently, the vocabulary and compositional organization of media news texts are repeated, there is no diversity, the total amount of the contract, the volume of deliveries, the advance payment from China, etc. are repeatedly announced.

The report on the project of communication between China and Russia also reflects that Sino-Russian cooperation is based on self-interest: *The Russian authorities demanded to buy domestic tablets instead of Chinese ones for the census (headline). After a contest held by Rostelecom last month, Russian companies complained that foreign products would be used in the census. As a result, the government decided to announce a new tender. As a result, according to an Interfax source, the purchase of domestic devices will cost the budget almost 2.5 billion rubles more.* (Echo Moskv, 19.12.2019³¹⁰)

This message contrasts Chinese and Russian technologies with the help of adjectives. As to why the census equipment was replaced, the hyperaddresser

indicated the reason: Russian companies complained that foreign products would be used in the census. Verb complain means “to express complaints” [Ozhegov, Shvedova 2006: 189], that is, there is dissatisfaction with Chinese products; as a result, the Russian government decided not to cooperate with China. Thus, the text does not reflect the friendship and mutual support between China and Russia.

3) **Speech strategy of obscurity**, which is implemented using the **tactics of uncertainty** and the **tactics of hushing up**:

After analyzing the selected texts of the media under foreign influence¹² in the field of economics and business, we note that the strategy of obscurity is often used when it comes to cooperation projects, for example, *The contract with the Chinese National Petroleum Corporation may be signed before the end of this year and will begin in 2018; The head of Gazprom noted that it is possible to make an advance payment against future gas supplies* (Dozhd, 22.03.2013⁴¹¹). At the lexical level, word forms with the meaning of uncertainty are used (maybe an opportunity, etc.) and indefinite pronoun several: Gazprom and CNPC have been negotiating a contract for several years (Dozhd, 21.05.2014⁴¹¹). Such expressions make readers doubt the prospect of cooperation between the two countries.

But in fact, an agreement was reached: *Russia and China signed a memorandum on gas supplies through Altai* (Dozhd, 09.11.2014⁴¹¹). So, through the strategy of obscurity and tactics of uncertainty, the hyperaddresser questions, discredits the relationship between the two countries and influences the minds of readers.

The following example also applies the tactics of uncertainty: *Russia will supply China with wheat and possibly fresh water (headline). According to the head of the Ministry of Agriculture Alexander Tkachev, grain shipments will be sent in the near future. In addition, the minister added that "Moscow is ready to discuss with Beijing the possibility of transferring fresh water from Altai to the Xinjiang Uygur Autonomous Region of China, which is suffering from drought."* (Echo Moskvyy, 03.05. 2016³¹⁰); *The leaders of Russia and China, as reported in Beijing, will launch a*

joint nuclear project tomorrow (headline). Vladimir Putin and Xi Jinping will participate in the ceremony via video link. This is on the website of the Chinese Foreign Ministry. What kind of project is in question is not specified. (Echo Moskvyy, 18.05.2021³¹⁰).

In these texts, vocabulary with the meaning of indeterminacy is used (*soon, maybe*), therefore, readers do not know when the wheat will be supplied and whether the supply of fresh water will take place. At the same time, the tactic of hushing up is being implemented. Especially the use of a verb with a negative particle *не уточняется* does not allow readers to understand the essence of the project. The hyperaddresser violates the Grice cooperation principle of quantity, giving readers less information than they need. When people do not understand something, they do not know, they cannot get a good impression about the event. Moreover, if the messages always lack concrete achievements in cooperation projects with other countries, this will also make people doubt the competence of the government and relations between countries.

4) **Downgrading strategy, accusation tactics (according to O. L. Mikhaleva)**

O. L. Mikhaleva put forward a downgrading strategy that can be implemented through the accusation tactics - “attributing any guilt to someone, finding someone guilty of something, as well as disclosing, detecting someone’s unseemly actions, intentions, qualities” [Mikhaleva 2009: 47].

Consider the language means of implementing this tactic in the following example: *The market launch of a new, third model of the Russian smartphone Yota-fon is delayed due to insufficient funding for the project by Chinese shareholders, Rostec CEO Sergei Chemezov said today. According to him, it is not yet known when the presentation will take place. The start of sales of the third generation of Yota-fon was planned in mid-2016, Russia and China were considered the target markets. (Echo Moskvyy, 14.03.2017³¹⁰).*

This fragment explicitly states that the Yota-fon-3 smartphone does not enter the market on time due to the mistakes of the Chinese side. *Откладываться* —

“postpone to a later date, postpone” [Kuznetsov 2000: 751]. With the help of this verb, a preposition with an expression of reason and an adjective with a negative meaning the accusation of the Chinese side is presented, which gives readers a bad impression of China and does not promote the exchange between the peoples of the two countries. In the media not under foreign influence², the hyperaddresser of the texts, on the contrary, does not mention this story, but provides information about the time the smartphone was sold and approval, Russia's trust in China, for example: *Official sales of the third-generation YotaPhone smartphone with two screens will begin in September in China, at the end of 2017 it is planned to launch sales in Russia; China is the world's largest market for smartphones, and we are confident that the start of sales in China will mark the beginning of a successful global expansion of the YotaPhone brand...* (RIA Novosti, 23.08.2017).

So, in the texts of the media under foreign influence¹², covering the international activities of V. Putin and Xi Jinping in the field of economics and business, it is noted that the hyperaddresser uses to express his subjective meaning or intention: 1) speech strategy of inaccessibility, 2) speech strategy of collation, 3) speech strategy of obscurity and 4) downgrading strategy, to report the cooperation between China and Russia in a negative way, without giving an idea of the friendship of the two countries. In addition, we note that in the texts on joint projects in the field of economics, attention is paid to the failures of interaction between the two countries or the benefits received by China from Russia, for example: *Moscow is ready to discuss with Beijing the possibility of transferring fresh water from Altai to the Xinjiang Uygur Autonomous Region of China, which is suffering from drought* (Echo Moskvyy, 03.05.2016³¹⁰). News like this creates an uncomfortable feeling for readers, who may think that cooperation between China and Russia is carried out in an unfair and very difficult way.

So, the direction, the concept of publication and the intention of the hyperaddresser are interconnected, which affects the choice of strategies, tactics and language means. Non-foreign-influenced media² texts use a speech strategy of

approval, persuasion, presentation, and promotion strategy to present readers with the prospect of economic cooperation between China and Russia and their friendly relations. On the other hand, in publications under foreign influence¹², events are covered more from the negative side, with an emphasis on the failures and prudence of the two countries.

2.5 The category of certainty/uncertainty in Russian media texts

It follows from the above analysis that the choice of lexemes plays an important role in the implementation of speech strategies and tactics.

Tokens in non-foreign-influenced media² mainly differ from foreign-influenced ones¹² in the certainty of the idea of cooperation. For example, in media texts that are not under foreign influence², lexemes with the semantics of solidarity (colleagues, partners, friends), approval and praise (friendly, important, best), with the meaning of categorical actions (firmly, confidence, determination) are always used. Media texts under foreign influence¹² use lexical units with negative semantics (complain, dead), with the meaning of failure (lack of readiness, absence, etc.).

However, there are cases when vocabulary with the meaning of uncertainty is found not only in the media under foreign influence¹², but also in the media not under foreign influence². For example, expressions are used: maybe, possibility, possible, etc. We consider the hyperaddresser's intention as an important feature that reflects the power of using speech strategies, and strategies and tactics, in turn, subordinate the meanings of a language unit. Under the influence of different intentions, lexemes with the meaning of uncertainty in different contexts can mean opposite concepts.

In media texts that are not under foreign influence², vocabulary with the meaning of uncertainty reflects the desire or hope for some kind of action. For example, *In early June, following a meeting between Russian President Vladimir Putin and Chinese President Xi Jinping, bilateral documents were signed that will expand the list and volume of grain and grain products supplied to China from*

Russia. In particular, changes were made that included the Kurgan region in the list of possible suppliers of wheat to China. (TASS, 29.07.2019).

According to the context where short passive past participles are used (*have been signed, have been contributed*), you can find out that an agreement has already been signed for the export of wheat from Russia to China, and the list of suppliers has been expanded, which includes the Kurgan region, therefore adjective *возможный* means that in the future the Kurgan region has a chance and the right to export wheat to China. The modality of uncertainty in this text reflects an active perspective.

However, in foreign-influenced media¹², the modality of uncertainty manifests itself differently: *Earlier, Google denied the Chinese company access to Android updates due to Huawei being blacklisted in the US. Huawei's transition to Aurora was discussed at a meeting between CEO Guo Ping and Russian Minister of Digital Development and Communications Konstantin Noskov. The talks were held before the St. Petersburg Economic Forum, The Bell writes, citing sources. It is alleged that China is already testing devices with Aurora pre-installed. In addition, the meeting discussed the localization of production in Russia of a part of Huawei devices. Vladimir Putin and Chinese President Xi Jinping also discussed the possibility of installing a Russian operating system on Chinese smartphones. (Echo Moskvy, 11.06.2019³¹⁰).*

We learn from the context that the Chinese company Huawei is not recognized by Google, as it has been blacklisted in the US. Therefore, Huawei will cooperate with the Russian mobile operating system "Aurora". With the help of lexemes localization, hyperaddresser is trying to convey information that cooperation between China and Russia is conditional. So in this snippet opportunity means uncertainty that the agreement on the project of the mobile system will be signed, it is not known whether the Chinese mobile system will be recognized by the Russian company.

Therefore, when it comes to possibility in different contexts, it can mean directly opposite concepts, positive or negative, which is closely related to the intention of the hyperaddresser in transmitting information.

It can be generalized that lexical units are used in different ways. The hyperaddresser gives them their subjective meaning, which depends not only on the communicative goal, but also on the context of the utterance.

Conclusions

The media texts we selected that are not / are under foreign influence² and cover the international activities of V. Putin and Xi Jinping were divided into three topics: "Culture", "Medicine" and "Economy and Business". After analyzing the material, we can conclude that the direction of the media affects the intention of the hyperaddresser, as a result, the ways of transmitting information differ.

I. Culture

In the texts under the "Culture" rubric, the hyperaddresser of the media not under foreign influence² aims to promote intercultural communication between China and Russia.

To this end, the following speech strategies are used:

1. Speech strategy of self-presentation;
2. Speech strategy of persuasiveness;
3. Speech strategy for promotion;
4. Speech informing strategy.

These speech strategies are implemented using the following tactics:

1. Tactics identify your own;
2. Tactics of argumentation;
3. Tactics of “emphasizing positive information”;
4. Clarification tactics.

To implement the highlighted strategies and tactics, the following language tools are used, respectively:

1. a) Nouns with the meaning of social, party solidarity: colleagues, partners,

friends; b) first person pronouns with the meaning of a group of people ours, we; c) language units with the semantics of compatibility (joint, together, together with, agree, agreement) and unity (single, common, unite, unity and etc.); d) emotional-evaluative vocabulary - language units with a positive assessment (approval, praise): friendly, important, best, high and etc.

2. a) Vocabulary indicating the importance of the event in the context of the utterance: adverbs (most often, usually), adjectives (special), indefinite cardinal numbers (several times), combinations with verbs with the meaning of repetition of action (remembered more than once, remembered again, reminded again) etc .; b) vocabulary with the meaning of unusual, uniqueness: special, unique; c) citing a direct speech by the President of Russia, which emphasizes friendship between countries.

3. a) Vocabulary with a positive assessment (solemn, especially pleasant, sincere and etc.); b) phrases with the semantics of respect and attention to a person or object (best friend, great honor, leading university and etc.).

4. a) Adding information about historical events (Great Patriotic War, World War II and etc.); b) use of cardinal numbers (152 tanks, 24.2 thousand people, 90% etc.); c) lexemes that can express the features of the subject (the most distinctive, wonderful and etc.).

So, reading the texts of the media that are not under foreign influence², the hyperaddressee learns about the good relations between China and Russia, about the active interaction of the two countries in the field of culture.

It should be noted that one of the characteristics of non-foreign influenced² media texts in the field of culture is to present various cultural knowledge to readers in order to stimulate cultural exchange between the peoples of the two countries.

This contradicts the intention of the media under foreign influence¹², since as a result of the analysis of the texts of publications under foreign influence¹², we identified three “hindrances” in the intercultural communication between China and Russia:

1. The culture of both countries is presented to the addressees indistinctly, in detail;
2. Negative attitude towards foreign culture is expressed;
3. The image of the leaders of countries is being downgraded so that the peoples have a negative image of the relationship between the two countries.

According to these "interferences", the following speech strategies and tactics are used in the texts:

1. Non-cooperative speech strategy and tactic of silence;
2. Strategy of contradiction and denial tactic;
3. Downward strategy and irreverence tactic.

Accordingly, in the texts of the media under foreign influence¹², there are such linguistic means as:

1. a) Partial coverage of the event, lack of details, explanations; b) semantically and syntactically incomplete sentences.

2. a) irony; b) negative pronouns (no one); b) negative sentences (didn't say anything), verbs with the particle NOT (didn't know).

3. a) Comparison expressed in a complex sentence with a demonstrative word then and allied word when; b) reduction in the importance of the event, expressed in the enumeration of such information; c) negative verb (cut and etc.).

Thus, the hyperaddresser of the foreign-influenced media¹² tries to influence the hyperaddresser, allows readers to disapprove of the actions of the leaders of the two countries, cooperation and good relations between them. In addition, the lack of understanding of the culture of the two countries led to a decrease in communication efficiency between the peoples of China and Russia.

II. Medicine

The texts of the media not under foreign influence², under the heading "Medicine", demonstrated the determination and actions of China and Russia in the joint fight against the coronavirus and the attempt of other countries to politicize this topic. In particular, a heroic image of China, V. Putin, Russia is created, and a model

of interstate relations is presented on the example of China and Russia. The Chinese experience in the fight against coronavirus, the capabilities of the Russian president and active cooperation between the two countries are shown. Therefore, the idea is reflected that both countries have the ability to fight the coronavirus, so it will be defeated.

All these intentions are realized through the use of the following speech strategies:

1. Strategy of "creating a circle of one's own";
2. Strategy of "creating a circle of strangers";
3. Speech strategy of cooperation.

These speech strategies are implemented using tactics such as:

1. Tactic of support and tactic of "creating the image of a hero";
2. Tactic of "distancing";
3. Tactic of unity in action.

In order to implement the above speech strategies and tactics, the following language means are used, respectively:

1. a) Vocabulary meaning approval (good, approve, appreciate and etc.); b) vocabulary with the meaning of categorical (confidence, determination and etc.); c) support vocabulary (help, mutual, support and etc.); d) a sentence with a mode of action circumstance expressed in the instrumental form of a noun without a preposition with the meaning of an instrument (joint effort); e) vocabulary with the meaning of opportunity and success (can, successfully, example and etc.); f) introductory words with the meaning of confidence, correctness (really and etc.); g) syntactic parallelism.

2. a) Vocabulary with the meaning of alienation (fight, confrontation and etc.); b) lexical units expressing "dediscriminating generalization and vagueness" (any, any, different and etc.); c) negative comments (negative influence, inadmissible and etc.); d) sentence with a negative particle is NOT.

3. a) Vocabulary with the meaning of support and interaction (cooperation,

mutual assistance, support and etc.); b) positive evaluation vocabulary (partner, active and etc.).

However, the hyper-addresser of the foreign-influenced media¹², unlike the non-foreign-influenced media², reports on the cooperation between China and Russia in the field of medicine from the opposite side, tries to show the shortcomings of power, downplay the significance of the interaction between China and Russia, and also does not provide hyperaddressee information about mutual support and assistance between the two countries.

So, in the texts of the media under foreign influence¹², we have identified the following speech strategies and tactics:

1. Non-cooperative strategy and tactic of ambiguity, tactic of silence;
2. Discredit strategy and image downgrading tactic.

They are implemented using language tools such as:

1. a) Creation of information plans presented in separate parts that seem to contradict each other; b) lexemes with generalized meaning (other countries, some); c) partial coverage of the event, lack of details, explanations; d) semantically and syntactically incomplete sentences.

2. a) Negative sentence (not specified, did not arrive and etc.); b) vocabulary with a negative meaning (complain, dead and etc.); c) adversative sentences with conjunctions but, however; d) vocabulary with the meaning of failure (unreadiness, infected, absence and etc.).

III. Economy and Business

Under the heading "Economy and Business", we reviewed a number of international economic forums, in which the President of Russia and the President of China took part, and a number of signed agreements on economic cooperation between China and Russia with the participation of V. Putin and Xi Jinping.

The hyper-addresser of the media not under foreign influence², when coding information about the economy and business, seeks to convey the achievements of joint cooperation projects, to emphasize the prospects for the development of the

economy of the two countries and mutually beneficial relations between them.

To achieve these intentions, the following strategies were used:

1. Approval speech strategy;
2. Speech strategy of persuasion;
3. Presentation speech strategy;
4. Speech strategy for promotion.

These speech strategies were implemented using tactics such as:

1. Praise tactic;
2. Proof tactic;
3. Proximity tactic;
4. Analysis-plus tactic.

It should be noted that when showing the achievements obtained in the process of cooperation on projects between China and Russia, the following language means are often used:

1. a) Vocabulary meaning approval (priority, important, etc.); b) vocabulary with the meaning of necessity (necessary, must etc.); c) vocabulary with a degree value (largest, fairer, etc.); d) Metaphor.

2. a) Citation of digital data; b) vocabulary with the meaning of increase (growth, exceeded, increased and etc.); c) prepositions with the meaning of the time limit before, on; d) vocabulary with the meaning of generalization (all, all and etc.).

3. a) Vocabulary with the meaning of active desire for cooperation (aspiration, actively, interest, build up and etc.); b) vocabulary with duration value (further, continuation and etc.); c) first person pronoun we; d) lexicon with the meaning of union (together, joint and etc.).

4. a) Vocabulary with a positive meaning (pleasant, very important, perspective, forward and etc.); b) repeated repetition of vocabulary with the meaning of solidarity (partners); c) introductory words that acquire the meaning of amplification, gradation and clarification of the similarity of the text (of course, firstly, secondly); d) comparison of information; e) compound gradation sentence (not only ... but also).

In the texts of the media under foreign influence², the hyperaddresser pays attention to the failures of the joint work of China and Russia due to their own interests, the downgrading of the image of the power of Russia, China and the inefficiency of interaction between the two countries. In particular, the hyperaddresser prefers to report the benefits received by China from Russia in order to make the hyper-addressee feel bad about cooperation between the two countries in the economy.

It was revealed that the following speech strategies and tactics are most often used in the texts of media under foreign influence¹²:

1. Speech strategy of inaccessibility and tactic of denial;
2. Speech strategy of collation and tactic of comparison;
3. Speech strategy of obscurity and tactic of uncertainty, tactic of hushing up;
4. Downgrading strategy and accusation tactic.

The above speech strategies and tactics are implemented using the following language tools:

1. a) Vocabulary with a negative meaning (postponed, dropped, blacklisted and etc.); b) negative sentences; c) quoting direct speech describing failure.

2. lexical contrast (the day before - a long time ago, domestic - foreign, etc.).

3. a) Vocabulary with the meaning of uncertainty and uncertainty (maybe a possibility and etc.); b) negative sentences; c) partial coverage of the event, lack of details, explanations (not specified).

4. a) Preposition expressing reason due to; b) vocabulary with a negative meaning.

Thus, in order to connect his own intention with the counter intention of the reader, the hyperaddresser of the media that is not / are under foreign influence², selects the information that suits him and applies the appropriate speech strategies and methods for their implementation. In publications not under foreign influence², full, complex sentences are always used, and in media texts under foreign influence¹², there are syntactically and semantically incomplete sentences. In addition, they use

vocabulary with a positive or negative meaning, as well as introductory words, prepositions, conjunctions and other language units, the use of which allows the hyperaddresser to realize various intentions and communicative goals.

In the materials on each topic, we noted the characteristic strategies, tactics and linguistic means of their implementation. The results of the analysis are summarized in the table we created (see Appendix 1, Tables 1-3).

CONCLUSION

Russian media texts covering the international activities of the leaders of China and Russia use various speech strategies and tactics. Thanks to the speech strategies used, media texts are considered as a tool to influence the consciousness and behavior of people, since they create certain impressions about the leaders of states, bilateral relations between China and Russia, etc.

Based on the theory of speech acts, we study media texts that are aimed at transmitting information with a certain intention of the addresser and the function of influencing the consciousness or behavior of the mass audience. At present, people learn about the world not only through reading news texts, but also through other media, so it is important how effectively media texts are distributed and for what communicative purpose. It is for this reason that we pay special attention to the problem of speech strategies. In this work, we have determined the relationship between strategies and tactics, the role of intention in the use of speech strategies, and the parameters for classifying speech strategies. It was noted that the media uses many types of speech strategies and there are no common parameters for their systematization. In this regard, for the analysis and classification of speech strategies, an integrated approach was developed taking into account various parameters: the intention of the addresser, the purposefulness of speech impact, compliance / non-compliance with the principles of communication, etc.

Based on the conclusions of scientists about the collegial nature of communicants in the media, we have specified the term *hyperaddresser* and formulated the term *hyperaddressee*. We note that when creating a news text, the author and the publication have a common intention, they, as a single hyperaddresser, transmit information to readers. Although several of the media texts we reviewed list only the name of an individual author, their style and intent are also influenced by the direction of the publication. Of course, the author has his own idiostyle of presenting information, but this does not exclude him from the composition of the

hyperaddresser. Moreover, many media now publish news without an author, under the name of the publication, which further reflects the collective nature of the addresser.

Despite the fact that we are exploring speech strategies and speech impact from the speaker's point of view, the hyperaddressee, in turn, also plays an important role in mass communication. We call the hyperaddressee the hyperaddresser's group of exemplary readers, that is, when the hyperaddressee perceives and maintains the intention of the hyperaddresser, that is, the counter-intention of the hyperaddressee coincides with the intention of the hyperaddresser, accordingly, the speech act can be considered exemplary, the speech strategies used are appropriate, and the expected speech impact is affordable. Thus, the hyperaddressee, his preferences in the selection and transmission of news information correspond to the views of the hyperaddresser.

The above terms are related to the concept of intention, which affects how speech acts and strategies are implemented and how speech impact is achieved in media texts. Although the media strives to convey information objectively, it is impossible in a certain sense. The hyperaddresser often adds subjective meaning to his statements, pays attention to achieving the communicative goal, tries to influence the mind or behavior of the hyperaddressee. So, in mass communication, the intention of the hyperaddresser plays an important role. Intention is considered to be a stimulus for generating communication and is realized with the help of speech strategies.

In our study, it was proved that the intentions of hyperaddressers differ depending on the direction of the publication. Russian media outlets not under foreign influence² (RIA Novosti, ITAR-TASS, and Rossiyskaya Gazeta) and foreign-influenced media outlets¹² (Echo Moskvyy³, Dozhd⁴) were selected for analysis. In the media texts of publications of different directions, the linguistic features of the Russian media, the opposite communicative intentions of the hyperaddresser and the speech strategies used by him are most clearly presented. Media texts on the international activities of the leaders of China and Russia were chosen for the study, as their activities show the direction of development of relations between states in all

spheres. Whether they take part in international activities together or meet in person, the media reflects the circumstances of the development of relations between China and Russia. In addition, these media texts are distinguished by serious content and attract the attention of readers.

We have distributed the selected media texts not only according to the direction of publication (not under foreign influence² and under foreign influence¹²), but also according to the topics: “Culture”, “Medicine”, “Economy and business”.

In this regard, the counter-intention we have identified is no less important - texts are created taking into account the reader's expectations both in the media not under foreign influence² and in the media under foreign influence¹².

The analysis of the material shows that the general intention of the media hyperaddresser, not under foreign influence², is to reflect the friendly relations between China and Russia, the wisdom of the state authorities, which contributes to the development of bilateral relations and exchange between the peoples of China and Russia. However, foreign-influenced media¹² are not interested in this. The foreign-influenced media¹² over-targeting provides information about difficulties or failures in Russian-Chinese cooperation, does not emphasize good relations between the two countries, and even downplays the image of state leaders.

All of these intentions are more specifically manifested in different topics.

1. In media texts that are not under foreign influence² and cover the international activities of V. Putin and Xi Jinping in the field of culture, the intention of the hyperaddresser is to deepen cultural interaction between China and Russia, to stimulate cultural exchange between the peoples of the two countries. In our opinion, the news texts of the media that are not under foreign influence² serve as an impetus for the development of intercultural communication. The analysis of the selected media texts allowed us to identify popular speech strategies and tactics: 1) speech strategy of self-presentation, 2) speech strategy of persuasiveness, 3) speech strategy for promotion, 4) speech informing strategy. These strategies are implemented through tactics such as: 1) tactic identify your own, 2) tactic of argumentation, 3)

tactic of “emphasizing positive information”, 4) clarification tactic.

After analyzing the selected texts of the media under foreign influence¹² about culture, it was found that the texts of the media under foreign influence¹² act as "interference" in the intercultural communication between China and Russia. The following "hindrances" were identified:

1) The culture of both countries is presented to the addressees indistinctly, in detail;

2) Negative attitude towards foreign culture is expressed;

3) The image of the leaders of countries is underestimated so that the people have a negative image of the relationship between the two countries.

The first "hindrance" is realized with the help of non-cooperative speech strategy and tactic of silence. The second "hindrance" is carried out through a speech strategy of contradiction and denial tactic. The third "hindrance" is implemented through a downward strategy and irreverence tactic (see Appendix 1, Table 1).

2. Texts of publications not under foreign influence² on the topic of medicine were divided into two groups: 1) on the joint fight against coronavirus and against attempts by China and Russia to politicize coronavirus; 2) on cooperation in developing a vaccine, creating measures to combat coronavirus, and developing medicine and health care in the two countries.

The media texts that are included in the first group aim to show the audience the solidarity of China and Russia in the face of difficulties, challenges, disputes, and even aggression of other countries in the process of fighting the epidemic. These news texts use: 1) strategy of "creating a circle of one's own", tactic of support and tactic of "creating the image of a hero"; 2) strategy of "creating a circle of strangers" and tactic of "distancing".

The media texts included in the second group aim to present information about how both countries always insist on active cooperation in the field of medicine. Thus, these media texts use: 3) speech strategy of cooperation, tactic of unity in action.

Foreign-influenced media¹² use: 1) non-cooperative strategy, obscurity tactics

and silence tactics; 2) speech strategy of discrediting, tactics of lowering the image. It has been established that the intention of the hyperaddresser of the media under foreign influence¹² is to demonstrate the negative relations between China and Russia, the lack of assistance to each other in the field of medicine and mutual defeat. In addition, there are shortcomings of power, a decrease in the importance of cooperation between China and Russia (see Appendix 1, Table 2). Let us repeat that here a paradox arises, which consists in the fact that the applied non-cooperative strategies on the part of hyperaddressers correspond to the principle of cooperativity in relation to hyperaddressees, who expect from publications just such negative assessments of the authorities or relations between the two countries. It is through non-cooperative speech strategies that foreign-influenced media¹² satisfy the demands of their audience.

3. An analysis of the texts of publications not under foreign influence² on the economy and business showed that the main intention of the hyperaddresser when transmitting information is to reveal the prospects for active cooperation between China and Russia on various projects, and also to cause the hyperaddresser to approve the decisions of the authorities and relations between the two countries. The hyperaddresser represents that both countries trust and support each other. So, apply: 1) Approval speech strategy and praise tactic; 2) speech strategy of persuasion, proof tactic; 3) presentation speech strategy, proximity tactic; 4) speech strategy for promotion, analysis-plus tactic.

The intention of the hyperaddresser of publications under foreign influence¹², when reporting on cooperation between China and Russia in the field of economics and business, as a rule, is aimed at expressing a negative assessment. The hyperaddresser does not aim to endorse or promote cooperation and good relations between the two countries but tries to show that cooperation between China and Russia is built only on the basis of modern state interests, and not friendship. Accordingly, the following are used: 1) the speech strategy of inaccessibility and the tactics of denial; 2) speech strategy of comparison and tactics of comparison; 3) the

speech strategy of obscurity, the tactics of uncertainty and the tactics of hushing up; 4) speech strategy for a fall, accusation tactics (see Appendix 1, Table 3).

During the study, a quantitative analysis was carried out. We analyzed 379 media texts, in particular, 89 texts on the topic "Culture" (65 - not under foreign influence², 24 - under foreign influence¹²), 75 texts on the topic "Medicine" (60 - not under foreign influence², 15 - under foreign influence¹²), 215 texts on the topic "Economy and business" (182 - not under foreign influence², 33 - under foreign influence¹²). Based on these data, it can be concluded that information about the international activities of V. Putin and Xi Jinping is reported in the media not under foreign influence² more than in the media under foreign influence¹². The number of texts prevails in the first type of publications. Moreover, of all topics, hyperaddressers prefer to convey information about the economy and business.

The identification and study of speech strategies made it possible to establish the frequency of their use in these media. In publications that are not under foreign influence², the most frequent speech strategies are the informing strategy and the promotion strategy. In the media under foreign influence¹², the strategy of discredit prevails (see Annex 2).

Thus, by analyzing the selected media texts, we confirmed our hypothesis that speech strategies are closely related to the intention, which depends on the ideological position of the publication, and the counter intention we have identified, that is, reader expectations, is also taken into account. From the point of view of speech impact, in the texts of publications not under foreign influence², when covering the international activities of the leaders of China and Russia, the concept of creation, friendship and cooperation between China and Russia is created, and in the media under foreign influence¹², the concept of destruction of cooperation between China and Russia.

Among the prospects of our work, we include the creation of an electronic corpus of that part of the Russian language that is used in the Russian media, including the creation of the concept of a Russian-Chinese dictionary and its

improvement for Chinese students of the Russian language and Russian media researchers. A promising aspect also seems to be the study of speech strategies not only from the point of view of the speaker, but also taking into account the reaction of the mass audience, the systematization of speech strategies for a specific aspect, etc.

LIST OF LITERATURE

1. *Akaeva E. V.* Communicative strategies of professional medical discourse. Abstract dis. ... cand. philol. Sciences. - Omsk, 2007. - 20 p.
2. *Akishina A. A.* The structure of the whole text. – M.: Progress, 1979. – 88 p.
3. *Akopova D. R.* Strategies and tactics of political discourse // Bulletin of the Nizhny Novgorod University. N. I. Lobachevsky, 2013. - T. 1, No. 6. - P. 403–409
4. *Antonova N. A.* Strategies and tactics of pedagogical discourse // Problems of speech communication: interuniversity. Sat. scientific tr. - Saratov: Sarat Publishing House. un-ta, 2007. Issue 7. – S. 230–236.
5. *Arutyunova A. Yu.* The main communicative potencies implemented in the text // Bulletin of the Pyatigorsk State Linguistic University. - Pyatigorsk, 2005. - No. 3–4. – P. 59–64.
6. *N. D. Arutyunova*, Addressee Factor, Izvestiya AN SSSR. - 1981. - V. 40. - No. 4 (Series of Literature and Language). – S. 356–367.
7. *Arutyunova N. D., Paducheva E. V.* Origins, problems and categories of pragmatics // New in foreign linguistics: linguistic pragmatics. - M.: Progress, 1985. - Issue. XVI. – P. 3–42.
8. *Astafieva I. A.* Play with words: precedent texts on the pages of the Kommersant newspaper // Humanitarian Research. - 2019. - No. 4 (25). – P. 55–59.
9. *Babenko L. G.* Philological analysis of the text. Fundamentals of theory, principles and aspects of analysis. – M.; Yekaterinburg, 2004. - 462 p.
10. *Baranov A. N.* Linguistic theory of argumentation (cognitive approach): Abstract of the thesis. dis. ... doc. philol. Sciences. - M., 1990. - 48 p.
11. *Bakhtin M. M.* The problem of speech genres // Aesthetics of verbal creativity. - M.: Art, 1979. - S. 237-280.
12. *Bayarutova E. P.* Cognitive structure of the evaluation situation and features of its representation in modern English. - Ulan-Ude: BGU, 2005. - 107 p.

13. *Benevolenskaya N. P., Wu Xiaohong* The theme of the fight against coronavirus in the texts of the Russian media (analysis of speech impact) // *Philology and Culture. Philology and culture.* - 2021. - No. 1 (63). – P. 7–15.

14. *Benevolenskaya N.P., Wu Xiaohong* Counter-intention as a necessary factor in successful communication between hyperaddresser and addressee (on the materials of the RIA Novosti publication) // *Cognitive Studies of Language.* - 2022. - No. 3 (50). - P.141-144.

15. *Benevolenskaya N. P., Fedotova N. L.* Speech strategies and tactics of medical discourse in the language of modern Russian media. *Bulletin of the Southwestern State University. Series Linguistics and Pedagogy.* - 2019. - No. 1 (30). – P. 21–27.

16. *Blakar R. M.* Language as an instrument of social power // *Language and modeling of social interaction.* - M., 1987. - S. 88-125.

17. *Bogdanov V. V* Classification of speech acts // *Personal aspects of language communication: Sat. scientific tr.* - Kalinin: Kalin. state un-t, 1989. - S. 25-39.

18. *Borisova I. N.* Discursive strategies in conversational dialogue // *Russian colloquial speech as a phenomenon of urban culture.* - Yekaterinburg: Ural. state un-t, 1996. - S. 21-48.

19. *Borisova I. N.* Category goals and aspects of textual analysis // *Genres of speech: Collection of scientific articles.* - Saratov, 1999. - S. 81–96.

20. *Bugaets A. A.* Opposition publication: the search for a role and place in the framework of the political process (on the material of *Nasha Gazeta*, 2002–2006) // *Vestnik Kem GU.* - 2011. - No. 3 (47). – P. 112–115.

21. *But N. A.* Categorical apparatus of the theory of speech acts in the aspect of actual theories // *Vestnik TSTU.* - 2003. - Volume 9. - No. 1. - P. 130–135.

22. *Valgina, N. S.* *Text Theory.* - Moscow, Logos. 2003. - 173 p.

23. *Vartanova E. L.* *Theory of media: domestic discourse.* – M.: Fak. magazine Moscow State University; Moscow publishing house. un-ta, 2019. - 224 p.

24. *Vezhbitskaya A.* *Speech genres* // *Genres of speech.* - Saratov, 1997. - S. 99-

111.

25. *Vezhbitskaya A.* Language, culture, knowledge. - M.: Russian dictionaries, 1996. - 416 p.

26. *Veretenkina L. Yu.* Strategy, tactics and methods of manipulation // Linguistic and cultural problems of tolerance. Abstracts of the International Scientific Conference (Ekaterinburg, October 24–26, 2001). - Yekaterinburg: Ural Publishing House. un-ta, 2001. - S. 177-179.

27. Wittgenstein L. Philosophical research // Philosophical works. - M.: Gnosis, 1994. - S. 75-319.

28. *Vlasyan G. R.* Implementation of positive politeness strategies in conversational dialogue // Bulletin of the Chelyabinsk State University. Philological Sciences. - 2015. - Issue. 98. No. 27 (382). – P. 50–54.

29. Vygotsky L. S. Thinking and speech: psychological research. - Moscow; Leningrad: State. textbook ped. publishing house, 1934. - 324 p.

30. *Galperin I. R.* Text as an object of linguistic research. – 5th ed., stereotypical. – M.: KomKniga, 2007. – 144 p.

31. *Gelhardt R. P.* Reasoning about dialogues and monologues: (On the general theory of utterance) // Sat. report and message linguist, about-va. Kalinin, 1971. - Issue. 1. - S. 28-153.

32. *Guillaume G.* Principles of theoretical linguistics / General. ed., after and comment. L.M. Skrelina. - M.: Progress, 1992. -224 p.

33. *Glushkova T. S., Gorbunov G. V.* Language representation of the emotional state of surprise in Russian and English // Bulletin of the Omsk State Pedagogical University. Humanitarian research. - 2022. - No. 1 (34). – P. 70–76.

34. *Golod V. I., Shakhnarovich A. M.* Cognitive and communicative aspects of the text as a communication tool // Theory and models of knowledge (theory and practice of creating artificial intelligence systems). Works on artificial intelligence. - Tartu, 1985. - S. 68-75.

35. *Goryachev A. A.* Modeling of speech impact in advertising communication:

dis. ...cand. philol. Sciences. - St. Petersburg., 2010. -296 p.

36. *Grice G. P.* Logic and verbal communication // New in foreign linguistics. Issue. XVI. Linguistic pragmatics. - M.: Progress, 1985. - S. 217-237.

37. *Grigoriev V. P.* Grammar of idiostyle: V. Khlebnikov. – M.: Nauka, 1983. – 225 p.

38. *Grishechko E. G.* Definition of the concept of speech impact and types of this impact // Humanitarian and social sciences. - 2008. - No. 4. - P. 53–59.

39. *Gubik S. V.* Cognitive-discursive study of the English economic mass media discourse (on the material of the magazine "The Economist"): author. dis. ... cand. philol. Sciences. ... - Ufa, 2006. - 26 p.

40. *Humboldt W. von.* On the difference in the structure of human languages and its influence on the spiritual development of mankind (1830-1835) // Selected Works on Linguistics. Moscow: Progress, 1984. pp. 37-297.

41. *Danilenko V. P.* Onomasiologism in the concept of V. Humboldt // Bulletin of the Irkutsk State Linguistic University. - 2012. - No. 2 (18). – pp. 84–90

42. *Dijk van T. A., Kinch V.* Strategy for understanding a coherent text // New in foreign linguistics. Issue. XXIII. - M.: Progress, 1988. - S. 153-211.

43. *Dijk van T. A.* Language. Cognition. Communication / trans. from English. - M., 1989. - 312 p.

44. *Dementiev V. V* The study of speech genres: Review of works in modern Russian studies // Vopr. linguistic - 1997. - No. 1. - P.109-121.

45. *Dementiev V. V* Phatic and informative communicative intentions and communicative intentions: problems of communicative competence and typology of speech genres // Genres of Speech. - Saratov, 1997. - S. 34-43.

46. *Demyankov V. Z.* “Theory of speech acts” in the context of modern linguistic literature: (Review of directions) // New in foreign linguistics. Issue 17. Theory of speech acts. – M.: Progress, 1986. – P.223-235

47. *Demyankov V. Z* Conventions, rules and strategies of communication (interpretative approach to argumentation) // Izvestiya AN SSSR. Ser. lit. and yaz. -

1982. - T.41. No. 4. - P.327-337.

48. *Dzyaloshinsky I. M., Pilgun M. A.* Media text: features of creation and functioning. - M.: NRU-HSE, 2011. - 377 p.

49. *Dobrosklonskaya T. G.* Media text: theory and methods of study // Moscow University Bulletin. Series 10: Journalism. - 2005. - No. 2. - S. 28–34.

50. *Dobrosklonskaya T. G.* Media-discourse as an object of linguistics and intercultural communication // Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism. - 2006. № 2. - C. 20-33.

51. *Dobrosklonskaya T. G.* Medialingvistika: a systematic approach to the study of media language: modern English media speech. - Moscow: Nauka, 2008. - 264 c.

52. *Dobrosklonskaya T. G.* Mediaekst as a unit of discourse of mass media // Actual processes in various types of discourses: political, media, advertising discourses and Internet-communication: proceedings of the international conference. M.: Yaroslavl, 2009. C. 137-143.

53. *Dobrosklonskaya T. G.* Medialingvistika: theory, methods, directions. - [b. m.]: [b. I.], 2020. -180 c.

54. *Duskaeva L. R.* Dialogic nature of newspaper speech genres. Ed. by M. N. Kozhina. - St. Petersburg: Ed. 2-th, updated. - SPBSU: Philological Faculty, 2012. - 274 c.

55. *E. Erokhina. G.* On the content of the concept of "speech strategy" in the study of written discourse // Bulletin of the Irkutsk State Linguistic University. - 2014. - №2 (27). - C. 277-281.

56. *Ekhlakova, N. F., Issers O. S.* Tactics of detachment from competitors in the political discourse of the President of the Russian Federation V. V. Putin // Political Linguistics. - 2022. - № 6 (96). - C. 22-30.

57. *Zhilavskaya I. V.* Classification of media. problems, concepts, criteria // Vestnik of Volga University named after V. N. Tatishchev. - 2016. - № 4. T. 2. - C. 169-175.

58. *Zasursky Y. N.* Media-text in the context of convergence // Vestnik of

Moscow University. Series 10: Journalism. - 2005. - № 2. - С. 3-6.

59. *Zayukova E.* Semantics and pragmatics of intensionality in linguistic actualization: on the material of the English language: Ph. Candidate of Philology. - Barnaul, 2005. - 193 с.

60. *Zvegintsev V. A.* Proposition and its relation to language and speech. - M., 1976. - 307 с.

61. *Zvegintsev V. A.* Language and linguistic theory. - Moscow: Editorial URSS, 2001. - 248 с.

62. *Zolotova G. A.* Communicative aspects of Russian syntax. - Moscow: Nauka, 1982. - 368 с.

63. *Zubnova A. Sh.* Notions of idiostyle and idiolect // General and private questions of linguistics. Collection of scientific articles on the VIII International scientific-practical conference. Chuvash State Pedagogical University. I. Yakovlev / Ed. by: N. V. Kormilina, N. Yu. - Cheboksary, 2016. - С. 10-13.

64. *Issers O. S.* "Pasha-Mercedes", or Speech strategy of discrediting // Vestnik of Omsk University. - 1997. - № 2. - С. 51-54.

65. *Issers O. S.* Communicative strategies and tactics of Russian speech. - Omsk, 1999. - 284 с.

66. *Kazak M. Y.* Mediatekst: essential and typological properties // Global Media Journal. Global mediajournal. Russian edition. -URL: http://test.gmj.sfedu.ru/v2i1/v2i1_kazak.htm,свободный (accessed 7.07.2011).

67. *Kaminskaya T. L.* The image of the addressee in the texts of mass communication: a semantic and pragmatic study: Ph. D. in Philological sciences. - SPb., 2009. - 46 с.

68. *Karazia N. A.* Methodology of pragmalinguistic research: the main approaches and categories // Bulletin of KRAUNC. - 2006. - № 1. - С. 1-27.

69. *Karaulov Yu. N., Petrov V. V.* From text grammar to cognitive theory of discourse // Van Dijk T. A. Language. Cognition. Communication. – M.: Progress, 1989. – S. 5–11.

70. *Kibrik A. E.* Linguistic prerequisites for modeling language activity // Modeling language activity in intelligent systems. - M., 1987. - S.33-52.

71. *Kiseleva S.V.* Language system and speech activity. *Izvestiya RGPU im. A. I. Herzen.* - 2007. - No. 34. - P. 43-51.

72. *Klimchenko S. G.* Definition of the concept and content of discursive analysis // Linguistics, linguodidactics, linguoculturology: current issues and development prospects: materials of the III International Scientific and Practical Conference. - Minsk: Belarusian State University, 2019. - 340–343.

73. *Klyuev E. V.* Speech communication: The success of speech interaction. - M.: ripol classic, 2002. - 320 p.

74. *Kobozeva I. M.* “Theory of speech acts” as one of the variants of the theory of speech activity // New in foreign linguistics. Issue. 17. Theory of speech acts. – M.: Progress, 1986. – S. 7–21.

75. *Kobozeva I. M.* Linguo-pragmatic aspect of the analysis of the language of the media // Language of the media as an object of interdisciplinary research. - M., 2003. - S. 100-115.

76. *Kolesova D.V.* Intention as a basic category of textual activity // World of the Russian Word. - 2009. - No. 3. - S. 28-31.

77. *Konkov V. I.* Speech structure of a newspaper text. - St. Petersburg: St. Petersburg. state un-t, 1995. - 160 p.

78. *Kopnina G. A.* Speech manipulation: textbook. Benefit. -4th ed., rev. – M.: FLINTA, 2012. – 170 p.

79. *Coseriu E.* Synchrony, diachrony and history (the problem of language change) // New in linguistics. Issue. 3. - M., 1963. - S. 123-343.

80. *Coseriu E.* Modern situation in linguistics / E. Coseriu // *Izvestiya AN SSSR. Literature and Language Series.* - 1977. - T. 36. - No. 6. - S. 514-521.

81. *Kostomarov V. G.* Russian language on a newspaper page. Some features of the language of modern newspaper journalism. – M.: Publishing House of Moscow University, 1971. – 267 p.

82. *Kostomarov V. G.* Our language in action: Essays on modern Russian stylistics. – M.: Gardariki, 2005. – 287 p.
83. *Krongauz M. A.* Semantics. - M.: Publishing House of the Russian State Humanitarian University, 2001. - 398 p.
84. *Kubryakova E. S., Alexandrova O. V.* Types of space, text and discourse // Categorization of the world: space and time: materials of a scientific conference. - M.: Dialog-MGU, 1997. - S. 19–20.
85. *Kuznetsov A. A.* Media: definitions, functions and main stages // Young scientist. - 2020. - No. 18 (308). – S. 539–542.
86. *Lyons J.* Linguistic semantics: Introduction / Per. from English. V. V. Morozov and I. B. Shatunovsky; under total ed. I.B. Shatunovsky. - M.: Languages of Slavic culture, 2003. - 400 p.
87. *Lakoff J.* Linguistic Gestalts // New in foreign linguistics. Issue. X. Linguistic semantics. - M.: Progress, 1981. - S. 350-368.
88. *Levin K.* Field theory in social sciences / per. E. Surpina. - St. Petersburg: Speech, 2000. - 364 p.
89. *Leontiev A. A.* Psycholinguistic units and the generation of speech utterance. – M.: Nauka, 1969. – 308 p.
90. *Lisitskaya L. G.* Communication strategies in modern mass media texts // Bulletin of the Adyghe State University. Series 2: Philology and art history. - 2009. - No. 4. – P. 49–53.
91. *Lotman Yu. M.* Semiosphere. - St. Petersburg: Art-SPB, 2000. - 704 p.
92. *Makarov M. L.* Fundamentals of the theory of discourse. - M.: ITDGK "Gnosis", 2003. - 280 p.
93. *McLuhan G. M.* Understanding the Media: External Human Extensions / Per. from English. V. Nikolaev. – M.; "KANON-press-C", "Kuchkovo field", 2003. - 464 p.
94. *Matveeva G. G.* Actualization of the pragmatic aspect of the scientific text / G. G. Matveeva. - Rostov: Rostov University Press, 1984. - 132 p.

95. *Mikhailovna B. A.* Speech strategy of self-presentation in the German-language image Internet discourse: Author. dis. ... cand. philologist. Sciences. – Sev. (Arctic) Feder. un-t. - Arkhangelsk, 2018. - 22 p.

96. *Mikhaleva O. L.* Political discourse. The specifics of manipulative influence. – M.: Librokom, 2009. – 256 p.

97. *Mogilevskaya O. A.* Communication strategies “creating a circle of friends”, “creating a circle of strangers”: a comparative aspect (on the material of the US and Russian media) // *Lingua mobilis*. – Chelyabinsk, 2009. – No. 2(16). – P. 155-168.

98. *Mol A.* Sociodynamics of culture. - M.: KomKniga, 2005. - S. 45.

99. *Navasartyan, L. G.* The use of the communicative category "friend or foe" in the media for manipulative purposes // *Philological Etudes: Sat. scientific Art. young scientists*. Issue. 19. Ch. I–III. Saratov, 2016, pp. 268–272.

100. *Navasartyan L. G.* Language means and speech techniques of information manipulation in the media (based on Russian newspapers): Dis. ... cand. philol. Sciences: 10.02.01. - Saratov, 2017. - 172 p.

101. *Oleshkov M. Yu.* System modeling of institutional discourse: on the material of oral didactic texts: abstract of dis. ... doctor of philological sciences. - Nizhny Tagil, 2007. - 42 p.

102. *Austin J.* Word as action / trans. from English. lang. A. A. Mednikova // *New in foreign linguistics*. Issue. XVII. Theory of speech acts. - M.: Progress, 1986. - S. 22-131.

103. *Parshina O. N.* Strategies and tactics of speech behavior of the modern political elite of Russia: Dis. ...doc. Phil. Sciences: 10.02.01 - Saratov, 2015. -332 p.

104. *Pocheptsov O. G.* Fundamentals of the pragmatic description of the proposal. - Kyiv: Vishcha school, 1986. - 116 p.

105. *Potebnya A. A.* From notes on Russian grammar: in T. IV: Verb. Pronoun. Numerals. Pretext. – M.; L., 1941. - 320 p.

106. *Prikhodovskaya E. A.* On the issue of genre classification criteria for operas // *Bulletin of the Tomsk State University*. - 2014. - No. 385. - P. 74–78

107. *Radbil T. B., Yumatov V. A.* Possibilities and prospects for the application of the theory of speech acts in linguistic expertise // Bulletin of the Nizhny Novgorod State University. un-ta im. N. N. Lobachevsky. 2013 No. 1 (1). pp. 286–290.

108. *Radyuk A. V.* Functional and pragmatic properties of cooperative speech strategies and tactics in English business discourse: dissertation ... candidate of philological sciences: 10.02.04. - Moscow, 2013. - 226 p.

109. *Reformatsky A. A.* Introduction to linguistics / Ed. V. A. Vinogradova. – M.: Aspect Press, 1996. – 536 p.

110. *Rogozina I. V.* Media picture of the world: cognitive-semiotic aspect: Dis. ... cand. philol. Sciences. - Barnaul, 2003. - 289 p.

111. *Romanov A. A.* System analysis of regulatory means of dialogic communication. - M., 1988. - 181 p.

112. *Romanova T. V.* Cognitive analysis of the text: work on methodological errors // Cognitive Language Studies. Cognitive Linguistics: Results, Prospects: Proceedings of the All-Russian Scientific Conference April 11–12, 2013. Vol. XIV. - Tambov: Publishing House of TSU named after. G.R. Derzhavina, 2013. - S. 493-496.

113. *Rozhdestvensky Yu. V.* Theory of rhetoric. 4th ed., Rev. - M.: Flint; Nauka, 2006. - 512 p.

114. *Ruzhentseva N. B.* Discrediting tactics and techniques in Russian political discourse: monograph / Ural. state ped. un-t. - Yekaterinburg, 2004. - 294 p.

115. *Samarina I. V.* Communication strategies "creating a circle of strangers" and "creating a circle of our own" in political communication: pragmalinguistic aspect: author. dis. ... candidate of philological sciences. - Rostov-on-Don, 2006. -158s.

116. *Searle J. R.* Classification of illocutionary acts // New in foreign linguistics. Issue. 17. Theory of speech acts. - M., 1986a. - S. 170-194.

117. *Searle J. R.* What is a speech act? // New in foreign linguistics: Issue. 17. Theory of speech acts. – M.: Progress, 1986b. – S. 151–169.

118. *Sirotnina O. B., Kormilitsyna M. A.* Efficiency of communication: the concept, the role of the sender and addressee, the main methods of achieving it / ed.

Sirotinina O. B. and Kormilitsyna M. A. - Saratov: Nauka, 2019. - 236 p.

119. *Smirtshchkiy A. I.* Objectivity of language existence. - M., 1954. -34 p.

120. *Sokolov, A. N.* Inner speech and thinking: Abstract of the thesis. For the degree of Doctor of Pedagogical Sciences (in psychology) / APS of the USSR. Scientific research. Institute of Psychology. - Moscow, 1967. - 36 p.

121. *Solganik G. Ya.* To the definition of the concepts of "text" and "media text" // Bulletin of the Moscow University. Series 10: "Journalism". - 2005. - No. 2. - P. 7–15.

122. *Solganik G. Ya.* Syntactic style. - M.: KomKniga, 2006. - 232 p.

123. *Saussure F. de.* Course of general linguistics / transl. from fr. A. M. Sukhotina. – M.: Logos, 1998. – 296 p.

124. *Saussure F. de.* General course of linguistics / ed. S. Bally and A. Seshe; per. from French A. Sukhotina. - Yekaterinburg: Ural Publishing House. un-ta, 1999. - 432 p.

125. *Saussure F. de.* Works on linguistics. / per. from French, ed. A. A. Kholodovich. – M.: Progress, 1977. – 695 p.

126. *Sternin I. A.* Introduction to speech impact. - Voronezh, 2001. - 252 p.

127. *Stroeva I. S.* Pragmatic and cognitive features of the texts of English and Russian classified advertising: comparative analysis: dissertation ... candidate of philological sciences: 10.02.20. - Pyatigorsk, 2008. - 202 p.

128. *Susov I. P.* Semantics and pragmatics of the sentence. - Kalinin: KSU, 1980. - 148 p.

129. *Strawson P.F.* Intention and convention in speech acts // New in foreign linguistics: collection / transl. from English. - M.: Progress, 1986. - Issue. 17: Theory of speech acts. – S. 131–150.

130. *Sukhikh S. A., Zelenskaya V. V.* Pragmalinguistic modeling of the communicative process. - Krasnodar, 1998. - 160 p.

131. *Watson D. B.* Psychology as a science of behavior / Per. from the 2nd English ed. V. M. Borovsky. - Moscow; Leningrad: State. publishing house, 1926. - 384 p.

132. *Wu Xiaohong* Media texts of Russian opposition media as “hindrances” in

intercultural communication between Russia and China // *Cognitive Linguistics and Intercultural Communication. Series Cognitive Studies of Language.* – 2022a. - No. 2 (49). - S. 602-608.

133. *Wu Xiaohong* Speech strategies and tactics in texts in Russian media reflecting the cooperation between China and Russia in the fight against coronavirus // *Cognitive Language Studies.* – 2021a. - No. 3 (46). - S. 743-747.

134. *Wu Xiaohong* Speech strategies and tactics of speech acts-directives in media texts covering the campaign for vaccination against coronavirus // *Philological Sciences. Questions of theory and practice.* – 2021b. – V.14. No. 7 (121). – S. 2089–2092.

135. *Wu Xiaohong* Speech strategies and linguistic means of realizing the intention of the hyperaddresser of news texts covering the international activities of V. Putin and Xi Jinping // *Izvestiya VSPU. Philological Sciences.* – 2022b. - No. 2 (165). – S. 239–244.

136. *Wu Xiaohong, Navasartyan L. G.* Speech strategies and tactics for achieving the effectiveness of mass communication (on the example of RIA Novosti texts) // *World of Science. Sociology, philology, cultural studies.* - 2021 No. 4. – URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/59FLSK421.pdf>.

137. *Fatkullina F. G., Khabirov R. R.* Media text in modern communicative space // *Modern problems of science and education (Electronic scientific journal).* - 2015. - No. 1. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=18258> (date of access: 04/03/2015).

138. *Fedorova L. L.* Typology of speech influence and its place in the structure of communication // *Questions of linguistics.* - 1991. - No. 6. - P. 46–50.

139. *Filatov V. P., Kurennoy V. A., Molchanov V. I.* Discussing the article “intentionality” // *Epistemology and Philosophy of Science.* - 2006. - No. 4 (10). – S. 142–153.

140. *Formanovskaya N. I.* Communicative and pragmatic aspects of units of communication. Institute of Russian Language. them. A. S. Pushkin. - M., 1998. -

292 p.

141. *Formanovskaya N. I.* Reflections on units of communication // *Formanovskaya N.I. // Russian language abroad.* - 2000. - No. 1. - P. 56–63.

142. *Hymes D. H.* Ethnography of speech // *New in linguistics. issue VII. Sociolinguistics /* Resp. ed. N. S. Chemodanov. – M.: Progress, 1975. – S. 42–95.

143. *Chernyshova T. V.* Media texts in the mental-linguistic space of modern Russia. – M.: LKI, 2007. – 296 p.

144. *Chernyavskaya V. E.* From text analysis to discourse analysis // *Text and discourse: traditional and cognitive-functional aspects of research.* - Ryazan, 2002. - S. 230-232.

145. *Sharkov F. I.* Communicology. Sociology of mass communication. - M.: Dashkov and K. - 2013. - 319 p.

146. *Shakhnarovich A. M.* Linguistic experiment as a method of linguistic and psycholinguistic research // *Fundamentals of the theory of speech activity.* – M.: Nauka, 1974. – S. 129–134.

147. *Sheroziya A. E.* Unconscious: nature, functions, research methods. - Tbilisi: Tbilisi State University, 1978. - T. 1. - 788 p.

148. *Shcherba L. V.* On the triple aspect of linguistic phenomena and on the experiment in linguistics // *Language system and speech activity.* - L., 1974. - S. 24–39.

149. *Shcherbovsky T.* Context and meaning in the ethnographic theory of language by Bronislav Malinovsky. // *Textus: Ethics and sociology of the text,* 2004. - No. 10. - P. 398–401.

150. *Shmeleva T. V.* Model of speech genre // *Genres of speech.* - Saratov: Publishing House of the State. UC "College", 1997. - P.88-99.

151. *Eco Umberto* Six walks in literary forests. - M., 2003.

152. *Eco Umberto* The role of the reader. Studies in the semiotics of the text / transl. S. Silver. - M.: Publishing house AST: CORPUS, 2016. - 640 p.

153. *Jacobson R.* Linguistics and poetics // *Structuralism: “for” and “against”.* -

M., 1975. - S. 193-230.

154. *Yakubinsky L. P.* On dialogical speech // Selected works: Language and its functioning. – M.: Nauka, 1986. – S. 17–58.

155. *Janko. T. E.* Communicative strategies of Russian speech. – M.: Languages of the Slavs. culture, 2001. - 382 p.

156. *Yankova N. A., Kit A. P.* Umberto Eco - semiotician of the 20th century // INTERNATIONAL SCIENTIFIC REVIEW, 2017. - No. 6 (37). - S. 50-52.

157. *Austin, J. L.* How to do things with words. Chicago: Oxford. 1962.–430 p.

158. *Bach, K., Harnish, R. M.* How performatives really work: a reply to Searle // Linguistics and Philosophy, 1992. – Pp. 93-110.

159. *Bach, K.* Speech Acts and Pragmatics // Blackwell Guide to the Philosophy of Language. 2003. – Pp. 147–167.

160. *Bar-Hillel G.* Indexical expressions // «Mind», 1954. v. 63. – Pp. 359-376.

161. *Bass, Abraham Z.* Refining the 'Gatekeeper' Concept: a UN Radio Case Study. Journalism Quarterly, 1969, Vol.46, I. 1.Pp. 69–72.

162. *Bell, Alan.* Language Style as Audience Design. Language in Society. Vol.13, No.2 (Jun.1984). –Cambridge University Press, 1984. – Pp. 145-204.

163. *Carnap R.* Introduction to Semantics // Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1942. – 263 p.

164. *Dijk, T. A. van.* Studies in the pragmatics of discourse. The Hague, Mouton, 1981, – 326 p.

165. *Dijk, T. A. van., & Kintsch, W.* Strategies of Discourse Comprehension. New York: Academic Press. 1983. — 423 p.

166. *Dressler W.* Einführung in die Textlinguistik. - Konzepte der Sprach- und Literaturwissenschaft.13. Tübingen,2., durchges. Aufl.,1973. –136 p.

167. *Eco, U.* The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics of Texts. Bloomington, IN: University of Indiana Press, 1979. – 273 p.

168. *Eco, U.* Six Walks in the Fictional Woods. Harvard University Press, 1994. – 153 p.

169. *Ervin-Trip, S.* Is Sybil there? The structure of some American English directives // *Language and Society*, 1976. № 5. – Pp. 25–66

170. *Fowler, R.* *Language in the news: discourse and ideology in the press.* London; New York: Routledge. –254 p.

171. *Franck, D.* Seven sins of pragmatics: theses about speech act theory, conversational analysis, linguistics and rhetoric. –In: «Possibilities and limitations of pragmatics», Amsterdam, John Benjamins B. V., 1981, –Pp. 225-236.

172. *Grice, H. P.* *Meaning* // *Philosophical Review*. 1957. Vol. 66. –Pp. 377–388.

173. *Grice, H. P.* *Logic and Conversation* // *Syntax and semantics 3: Speech arts*, ed. by Peter Cole and Jerry L. Morgan. – New York: Academic Press, 1975. – Pp. 41–58.

174. *Habermas, J.* Universalpragmatische Hinweise auf das System der IchAbgrenzungen. –In: J. Habermas. *Zur Entwicklung der Interaktionskompetenz: (Institutsinterne Arbeitsvorlage).* Starnberg, 1974.–332 p.

175. *Hartmann P.* Text, Texte, Klassen von Texten. *Bogawus 2*, 1964. – Pp. 15–25.

176. *Harweg R.* Die textologische Rolle der Betonung. *Beiträge zur Textlinguistik.*München,1971. – Pp. 123-159.

177. *Haslett, B.* *Communication: Strategic action in context.* - Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1987. – 287 p.

178. *Hausenblas K.* On the Characterisation and Classification of Discourses. *Travaux linguistiques de Prague 1.* 1964. – Pp. 67–83.

179. *Herbert, H. Clark, Thomas, B. Carlson.* Hearers and speech acts. – «*Language*», 1982, vol. 58, № 2. – Pp. 332-371.

180. *Hymes, Dell H.* The Ethnography of Speaking. –In «*Readings in the Sociology of Language*», J. A. Fishman (ed.), The Hague – Paris, 1968.– Pp. 99-138

181. *Isenberg, H.* Einige Grundbegriffe für eine linguistische Texttheorie. – In: «*Probleme der Textgrammatik*», Berlin, 1976. – 77 p.

182. *Jakobson, R.* *Linguistics and Poetics.* – T.A. Sebeok (ed.), *Style in language.*

– Cambridge, Massachusetts, 1960. – Pp. 350-377.

183. *Jayez, J.* Regles et conventions dans les actes de langage // Théorie des Actes de langage, Ethique et Droit. – Paris, 1986. – Pp. 37–51.

184. *Jensen, K. B.* Media // The International Encyclopedia of communication. Malden (USA), Oxford (UK), Carlton (Australia), 2008. – Pp. 2811–2817.

185. *Jensen, K. B.* Media // The International Encyclopedia of communication. – Malden (USA), Oxford (UK), Carlton (Australia), 2008. –Pp. 2811–2817.

186. *John Cage* An Autobiographical Statement. [Electronic resource]. URL: http://johncage.org/autobiographical_statement.html.

187. *Kerbrat-Orecchioni C.* Les actes de langage dans le discours. Théorie et fonctionnement. - Paris: Armand Colin, 2010. – Pp. 200.

188. *Lakoff, G.* Linguistic gestalts /Papers from the 13th Regional Meeting Chicago Linguistic Society. – Chicago, 1977. – Pp. 236-287

189. *Lang, E., Steinitz, R.* Konnen Satzadverbiale performativ gebraucht werden? –In: «Kontexte der Grammatiktheorie», Berlin, Akademie-Verlag, 1978.–78 p.

190. *Langacker R. W.* Foundations of Cognitive Grammar. Vol.2: Descriptive Application. Stanford, Cal.: Stanford University Press, 1991. – 608 p.

191. *Leech, G. N.* Principles ofPragmatics. –London, New York: Longman, 1983.– 250 p.

192. *Lewinski, M.* Argumentative discussion: The rationality of what? // Topoi: An international review of philosophy. – Lisbon: Springer. – 2015. – №36. – Pp. 1–14.

193. *Lewin K.* Field Theory in Social Science. The University of Chicago Press. – Chicago and London, 1951. – 240 p.

194. *Lyons, J.* Semantics. Vol. 2. Cambridge etc. Cambridge University Press,1977.– 897 p.

195. *Lyons, J.* Language, meaning and context – London: Fontana paperbacks, 1981. – 256 p.

196. *Malinowski, B.* The Problem of Meaning in Primitive Languages // The

Meaning of Meaning / [C. K. Ogden & I. A. Richards (Eds.)]. – London: Routledge & Kegan Paul, 1923. – Pp. 146-152.

197. *Marmaridou, S.* Pragmatic Meaning and Cognition. – John Benjamins Publishing Company, 2000. – 278 p.

198. *McLuhan, H. M.* Understanding Media: The Extensions Of Man. 1st Ed.: McGraw Hill. – New York: New American Library, 1964. – 324 p.

199. *McNelly, J.* Intermediary Communicators in the International Flow of News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 1959. Vol. 36, I. 1. Pp.23- 26.

200. *McQuail, D.* Mass Communication Theory. – 6th ed. – London: Sage, 2010. – 632 p.

201. *McQuail, D.* Journalism and Society. – London: SAGE Publications Ltd, 2013. – 256 p.

202. *Metzler, G.* *Lexikon Sprache* Text. – Berlin, 1993. – 278 p.

203. *Mey, J. L.* Pragmatics. An Introduction. – USA, UK: Blackwell Publishers, 2001, 2 nd ed. –500 p.

204. *Morley, D.D.* Subjective message constructs: a theory of persuasion // *Communication Monographs* vol. 54. –Abingdon-on-Thames: Routledge 1987. – Pp.183-203.

205. *Morris, C. W.* Foundations of theory of signs. – Chicago: Univ. Of Chicago press, 1938. – 59 p. – (International encyclopedia of unified science; Vol. 1, N 2).

206. *Neale S. H.P.* *Grice (1913–1988) A Companion to Analytic Philosophy* / Ed. By A.P. Martinich, D. Sosa. Oxford: Blackwell, 2005. –Pp. 254-273.

207. *Pavilionis R. J.* On Meaning and Understanding. –«Acta Philosophica Fennica», 1985, vol. 38.

208. *Peirce, Ch. S.* Collected Papers of Charles Sanders Peirce. – Harvard University Press, vol. 1 – 6, 1931- 1935; vol. 7 – 8, 1958.

209. *Sadock, J. M.* Toward a linguistic theory of speech acts. – N.Y.: Acad. Press, 1974. – 353 p.

210. *Schmidt S. O.* Text als Forschungsobjekt der Texttheorie. – Der

Deutschunterricht 24, Heft 4: "Linguistik II", – Pp. 7-28.

211. *Searle, J.R., Vanderveken, D.* Foundations of Illocutionary Logic. – Cambridge: Cambridge University Press, 1985. – 227 p.

212. *Searle, J.R.* What is a speech act? / Philosophy in America / Ed. By Max Black, London: Allen and Unwin, 1965. – Pp. 221–239.

213. *Sperber, D., Wilson, D.* Relevance: communication and cognition. – Oxford: Basil Blackwell. 1986.– 279 p.

214. *Strawson, P. F.* Intention and convention in speech acts. –«The Philosophical Review», 1964. –vol. LXXIII, № 4. – Pp. 439–460.

215. *Svenbro J.* Phrasikleia. Anthropologie de la lecture en Grece ancienne. P. – 1988. – Pp. 147–149.

216. *Thompson, J. B.* The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. – Cambridge, U.K.: Polity Press, 1995. – 314 p.

217. *Tsohatzidis, S. L.* (ed.) Meanings and prototypes: Studies in Linguistic Categorization. – Routledge, 1990. – Pp. 195-210.

218. *Verschueren J.* Reflections on presupposition failure: A contribution to an integrated theory of pragmatics. – «Journal of Pragmatics», 1978, 2. –Pp. 107–151.

219. *Wierzbicka, A.* English speech act verbs: a semantic dictionary. – Sydney: academic press, 1987. – 487 p.

220. *Wright R.* The Voiceless Ones. In: Saturday Review. 43. April 16, 1960. –Pp. 21–22.

221. *Wunderlich, D.* Studien zur Sprechakttheorie.–Frankfurt / M.: Suhrkamp, 1976.– 416 p.

LIST OF USED DICTIONARIES AND OTHER RESOURCES

1. *Arutyunova N. D.* Discourse // Linguistic Encyclopedic Dictionary. - M.: Soviet Encyclopedia, 1990. - S. 136–137.
2. *Arutyunova N. D.* Speech act // Big Encyclopedic Dictionary "Linguistics" / Ed. V. N. Yartseva. - M.: Great Russian Encyclopedia, 1998. - 685 p.
3. *Akhmanova O. S.* Dictionary of linguistic terms. - M.: "Soviet Encyclopedia", 1966. - 608 p.
4. *Berezin F. M., Golovin B. N.* General linguistics: Proc. allowance for students iezh. in-t on spec. om 2101 "Rus. yase and lit. - M. Enlightenment, 1979. - 416 p.
5. Great current political encyclopedia / ed. ed. A. Belyakova and O. Matveychev. — M.: Eksmo, 2009. — 412 p.
6. Big explanatory dictionary of the Russian language / ed. S. A. Kuznetsova. - St. Petersburg: Norint, 2000. -1536 p.
7. Big explanatory dictionary of the Russian language / comp. and Ch. ed. S. A. Kuznetsov; RAS, Institute of Linguistics. research - St. Petersburg: Norint, 1998. - 1535 p.
8. *Glukhov V. P.* Fundamentals of psycholinguistics: textbook. allowance for students of pedagogical universities. - M.: ACT: Astrel, 2005. - 351 p.
9. *Golub I. B.* Russian language and culture of speech: Textbook. – M.: Logos, 2002. – 432 p.
10. *Ermakova L. V.* Discourse analysis: Textbook. - Blagoveshchensk: Publishing House of AmSU, 2014. - 80 p.
11. *Zemlyanova L. M.* Communication and media: Anglo-Russian explanatory dictionary of concepts and terms. - M.: Publishing House of Moscow. state Univ., 2004. - 416 p.
12. *Issers O. S.* Speech impact: textbook. manual for students studying in the specialty "Public Relations" - M.: Flinta: Science, 2009. - 224 p.

13. *Kashkin V. B.* Introduction to the theory of communication: textbook. allowance. - 6th ed., Sr. – M.: FLINTA, 2016. – 224 p.

14. *Kolokolnikova M. Yu.* Discursive analysis as a method for the study of lexical units: Educational and methodological manual. - Saratov, 2012. - 19 p. [Electronic resource] - URL: http://elibrary.sgu.ru/uch_lit/674.pdf (date of access: 05.02.18).

15. *Kormilitsyna M. A., Sirotinina O. B.* Language of mass media [Electronic resource]: textbook. - 3rd ed., erased. - Moscow: Flinta, 2015. - 92 p.

16. *Krasnov V. G., Daines V. O.* Russian military-historical dictionary. – M.: Olma-Press, 2002. – 725 p.

17. Brief Dictionary of Cognitive Terms / E. S. Kubryakova, V. Z. Demyankov, Yu. G. Pankrats, L. G. Luzina; under total ed. E. S. Kubryakova. – M.: Philol. fak. Moscow State University, 1996. - 245 p.

18. *Kuzmina N. A.* Modern media text: textbook. Allowance // Ed. N. A. Kuzmina. – Ed. 2nd, rev. - M.: FLINTA: Nauka, 2013. - 416 p.

19. *Leontovich O. A.* Introduction to intercultural communication: textbook. M.: Gnosis, 2007. 368 p.

20. *Leontiev A. A.* Fundamentals of psycholinguistics: A textbook for students. Higher Proc. Institutions. - 4th ed., Rev. – M.: Meaning; Publishing Center "Academy", 1999. - 288 p.

21. *Leontiev A. A.* Psychology of influence in mass communication // Language of mass media: textbook for universities / ed. M. N. Volodina. - M.: Academic project: Alma Mater, 2008. - S. 132-145.

22. Linguistic encyclopedic dictionary / ch. ed. V. N. Yartseva. –M.: Sov. encyclopedia, 1990. -683 p.

23. *McQueil D.* Journalism and society: a textbook for journalists / Per. from English. – M.: MediaMir; Faculty of Journalism of Moscow State University, 2013. - 353 p.

24. *Matveeva T. V.* A complete dictionary of linguistic terms. – Rostov-n/D.:

Phoenix, – 2010. – 562 p.

25. *Matveeva T.V.* Educational dictionary: Russian language, culture of speech, style, rhetoric. – M.: Flinta; Nauka, 2003. – 432 p.

26. *Mikhalskaya A. K.* Fundamentals of rhetoric. Thought and word: textbook. allowance for students in grades 10–11. general education institutions. – M.: Enlightenment, 1996. – 416 p.

27. *Mokienko V. M., Nikitina T. G.* Black list. // Large dictionary of Russian sayings. – M.: Olma Media Group, 2007. – P. 637.

28. On the mass media: Law of the Russian Federation of December 27, 1991 N 2124-1 (as amended on December 30, 2020). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/f977773d5130bdc4b8aa5c541d1fa7ca381b18f4/ (date of access: 04/10/2021).

29. We understand each other better Interest in the Russian language in China and Chinese in Russia has grown many times// Official website of the Russian newspaper // <https://rg.ru/2021/02/11/interes-k-russkomu-iazyku-v-kitae-i-kitajskomu-v-rossii-vyros-v-razy.html> (2021) [Electronic resource] (accessed 02/11/2021).

30. Advertising and printing: the experience of a reference dictionary / Stefan Stefanov. - M.: Gella-print, 2004 (Tver. poligr. comb. det. literature). - 318 p.

31. Salimovsky V. A. Speech act // Stylistic encyclopedic dictionary of the Russian language. - M.: Flinta: Nauka, 2011. - S. 352.

32. Dictionary of new words of the Russian language (mid-50s - mid-80s) / Ed. N. Z. Kotelova. - St. Petersburg: Institute of Linguistic Research of the Russian Academy of Sciences, 1995. - 880 p.

33. Dictionary of Russian synonyms and expressions similar in meaning / Ed. N. Abramova. – 7th edition. - M.: Russian dictionaries, 1999. - 530 p.

34. Explanatory dictionary of the Russian language with the inclusion of information about the origin of words / RAS. Institute of the Russian Language. V. V. Vinogradova, Otv. ed. N. Yu. Shvedova. - M., 2011: Publishing Center

"Azbukovnik". –1175 s.

35. Explanatory dictionary of the Russian language: 80,000 words and phraseological expressions / Russian Academy of Sciences. Institute of the Russian Language. V. V. Vinogradova. Ozhegov S. I. and Shvedova N. Yu. - 4th ed., supplemented. - M.: LLC "A TEMP", 2006. - 944 p.

36. Explanatory dictionary of the modern Russian language, D. N. Ushakov - M.: "Adelant", 2014.–800s.

37. Explanatory dictionary of the Russian language, D. V. Dmitriev (ed.) - M.: Astrel: AST, 2003. - 1578 p.

38. *Filatova O. G.* Sociology of mass communication: textbook. allowance. – M.: Gardariki, 2006. – 303 p.

39. Philosophy: Encyclopedic Dictionary / Ed. A.A. Ivin. – M.: Gardariki, 2004. – 1072 p.

40. Philosophical Encyclopedia [Electronic resource] – URL: http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_philosophy/ (Accessed 05.11.2016).

41. Philosophical encyclopedic dictionary. / Ch. ed. L. F. Ilyichev, P. N. Fedoseev and others. -M.: Soviet Encyclopedia, 1983. -840 p.

42. *Chernyavskaya V. E.* Discourse of power and the power of discourse: problems of speech influence: textbook. – M.: Flinta: Nauka, 2006. – 136 p.

43. *Shapinskaya E.* Mass media / Lexicon of non-classics. Artistic and aesthetic culture of the XX century. / Ed. V.V. Bychkova. - M.: "Russian Political Encyclopedia" (ROSSPEN), 2003. - 607 p.

APPENDIX 1

Table 1. Speech strategies and ways of their implementation in media texts on "Culture"

Тема «Культура»			
Direction of the Russian media	Speech strategy	Speech tactics	Methods and linguistic means of their realization (basic)
Not under foreign influence Media ²	Speech strategy of self-presentation	Tactics identify your own	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nouns with the meaning of social, party solidarity (colleagues, partners, friends, etc.). 2. First person pronouns with the meaning of a group of persons (we, ours). 3. Language units with joint semantics (joint, together, etc..) and unity (single, common, etc.). 4. Emotional and evaluative vocabulary - words and phrases with a positive evaluation of approval and praise (best, important, impressive success, etc.)
	Speech strategy of persuasiveness	Tactics of argumentation	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vocabulary indicating the importance of the event in the context of the statement: adverbs (most often, usually), adjectives (special), indefinite-quantitative numerals (several times), combinations with verbs with the meaning of repetition more than once remembered, remembered again, reminded again etc. 2. Vocabulary with the meaning of singularity, singleness (special, unique, etc.) 3. Quoting a direct speech by the president of Russia, which emphasizes the friendship between the countries.
	Speech strategy for promotion	Tactics of "emphasizing positive information"	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vocabulary with a positive evaluation (solemn, especially pleasant, sincere, etc.) 2. Word combinations with the semantics of respect and attention to a person or object (best friend, great honor, leading university, etc.) 3. Highlighting information that conveys respect and attention to the country's leader

Continuation of the table 1

	Speech informing strategy	Clarification tactics	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supplementing information about historical events (Great Patriotic War, World War II, etc.). 2. Use of Quantitative Numerals (152 tanks, 24.2 thousand people, 90% etc.) 3. Lexemes that can express the features of the subject: the most, distinctive, wonderful, etc.
Under foreign influence media ¹²	Non-cooperative speech strategy	Tactic of silence	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partial coverage of the event, lack of details, explanations 2. Semantically and syntactically incomplete sentences.
	Speech strategy of contradiction	Denial tactics	<ol style="list-style-type: none"> 1. Irony 2. Negative pronouns (no one) 3. Negative sentences (didn't say anything), verbs with the particle NOT (didn't know)
	Downward speech strategy	Irreverence tactics	<ol style="list-style-type: none"> 1. The juxtaposition expressed in a compound sentence with the index word then and the conjunctive when 2. Reduction of the importance of the event, expressed in the listing of similar information. 3. A verb with a negative meaning (cut etc.)

Table 2. Speech strategies and ways of their implementation in media texts on "Medicine"

Theme "Medicine"			
Direction of the Russian media	Speech strategy	Speech tactics	Methods and linguistic means of their realization (basic)
Not under foreign influence Media ²	Speech strategy of "creating a circle of one's own"	Tactics of support	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vocabulary with the meaning of approval (good, approve, appreciate etc.) 2. Vocabulary with the meaning of categorical (confidence, determination, etc.) 3. Vocabulary with the meaning of assistance (help, mutual, support etc.) 4. Vocabulary with the meaning of unity (general, single, etc.) 4. A sentence with a fact of action expressed in the instrumental form of a noun without a preposition (by common efforts)
		Tactics of "creating the image of a hero"	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vocabulary with the meaning of opportunity and success (can, successfully, example etc.) 2. Introductory words with the meaning of certainty, correctness (really etc.) 3 Syntactic Parallelism
	Speech strategy of "creating a circle of strangers"	Tactics of "distancing"	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vocabulary with the meaning of alienation (fight, confrontation, etc.) 2. Lexical units expressing "depersonalizing generalization and uncertainty" (any, everyone, various etc.) 3. Statements with a negative evaluation (negative influence, impermissible etc.) 4. Negative Particle Application NOT
	Speech strategy of cooperation	Tactics of unity in action	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vocabulary with the meaning of support and interaction (cooperation, mutual assistance, support etc.). 2. Vocabulary with the meaning of positive evaluation (partnership, actively etc.).
Under foreign influence media ¹²	Non-cooperative strategy	Tactics of ambiguity	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creation of information plans, presented in separate parts, which, contradict each other. 2. Lexemes with generalized meaning (other countries, some)
		Tactics of silence	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partial coverage of the event, lack of details, explanations 2. Semantically and syntactically incomplete sentences

Continuation of the table 2

	Discredit speech strategy	Image downgrading tactic	<ol style="list-style-type: none"> 1. Negative sentence (not specified, did not arrive, etc.) 2. Vocabulary with a negative meaning (complain, the dead, etc.) 3. Propositions with the conjunction but, however 4. Vocabulary with the meaning of failure (lack of readiness, infected, lack of etc.)
--	---------------------------	--------------------------	--

Table 3: Speech strategies and ways of their implementation in media texts on "Economics and Business"

Theme "Economics and Business"			
Direction of the Russian media	Speech strategy	Speech tactics	Methods and linguistic means of their realization (basic)
Not under foreign influence Media ²	Approval speech strategy	Praise tactics	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vocabulary with the meaning of approval (priority, important, etc.) 2. Vocabulary with the meaning of necessity 3. Vocabulary with the meaning of degree (largest, fairer, etc.) 4. Metaphor
	Speech strategy of persuasion	Proof tactics	<ol style="list-style-type: none"> 1. Quoting digital data 2. Vocabulary with the meaning of increase (growth, exceeded, increased etc.) 3. Prepositions with the meaning of time limit before, on 4. Vocabulary with the meaning of generalization (everything, all, etc.)
	Presentation speech strategy	Proximity tactics	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vocabulary with the meaning of an active desire for cooperation (desire, actively, interest, build up etc.) 2. Vocabulary with the meaning of duration (further, continuation etc.) 3. First person pronouns we are 4. Vocabulary with the meaning of association (together, joint etc.)
	Speech strategy for promotion	Analysis-plus tactics	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vocabulary with a positive meaning (pleasant, very important, perspective, forward etc.) 2. Repeated repetition of vocabulary with the meaning of solidarity (partners) 3. Introductory words that take on the meaning of reinforcing, grading, and clarifying the analogy of the text (of course, firstly, secondly) 4. Comparing information 5. Sentence with a compound gradational conjunction (not only... but also)
Under foreign influence media ¹²	Speech strategy of inaccessibility	Tactic of denial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vocabulary and word combinations with a negative meaning (postponed, dropped, blacklisted, etc.) 2. Negative sentences 3. Quoting direct speech describing failure
	Speech strategy of collation	Tactics of comparison	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lexical opposition (on the eve of a long time ago, domestic - foreign, etc.)
	Speech strategy of obscurity	Tactics of uncertainty	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vocabulary with the meaning of uncertainty and uncertainty (maybe a possibility etc.) 2. Negative sentences

Continuation of the table 3

		Tactics of hushing up	1. Partial coverage of the event, lack of details, explanations (not specified)
	Downgrading strategy	Accusation tactics	1. Preposition with an expression of reason 2. Vocabulary with a negative meaning

APPENDIX 2

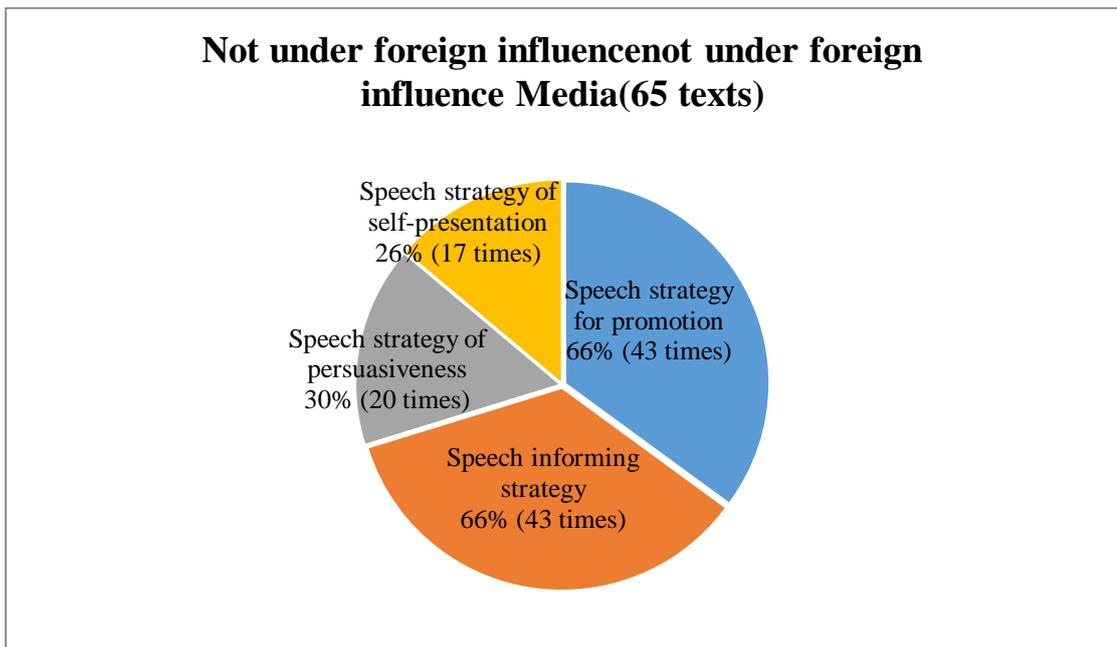


Figure 1: The frequency of use of the speech strategies we have identified in media texts not under foreign influence ² on the topic "Culture."

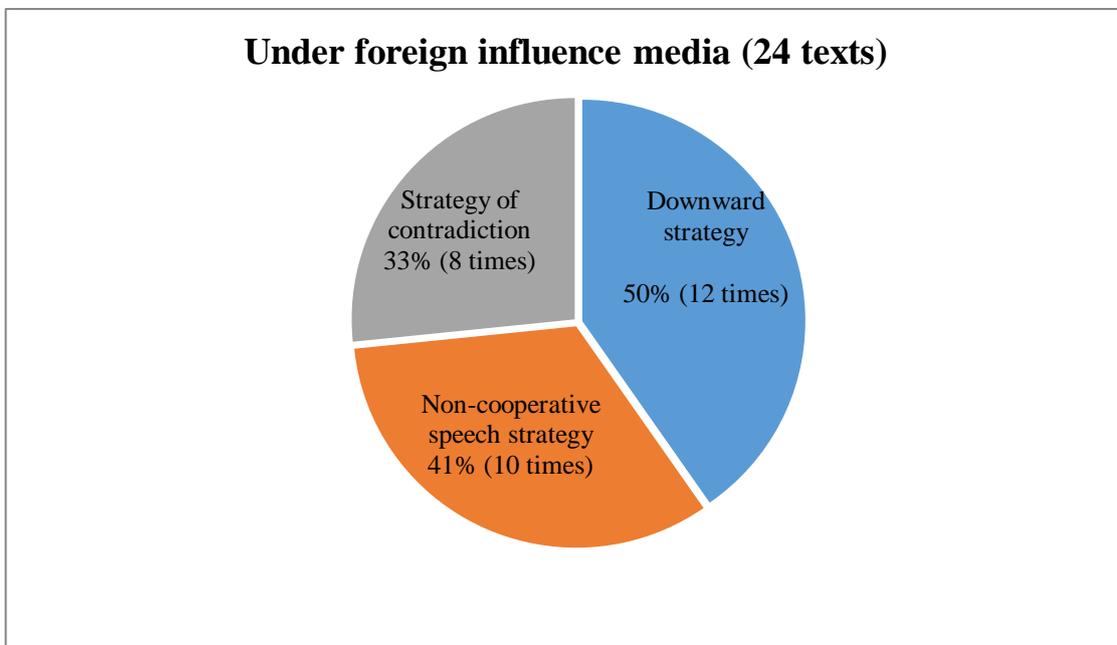


Figure 2: The frequency of use of the speech strategies identified by us in the texts of the media under foreign influence¹² on the topic "Culture."

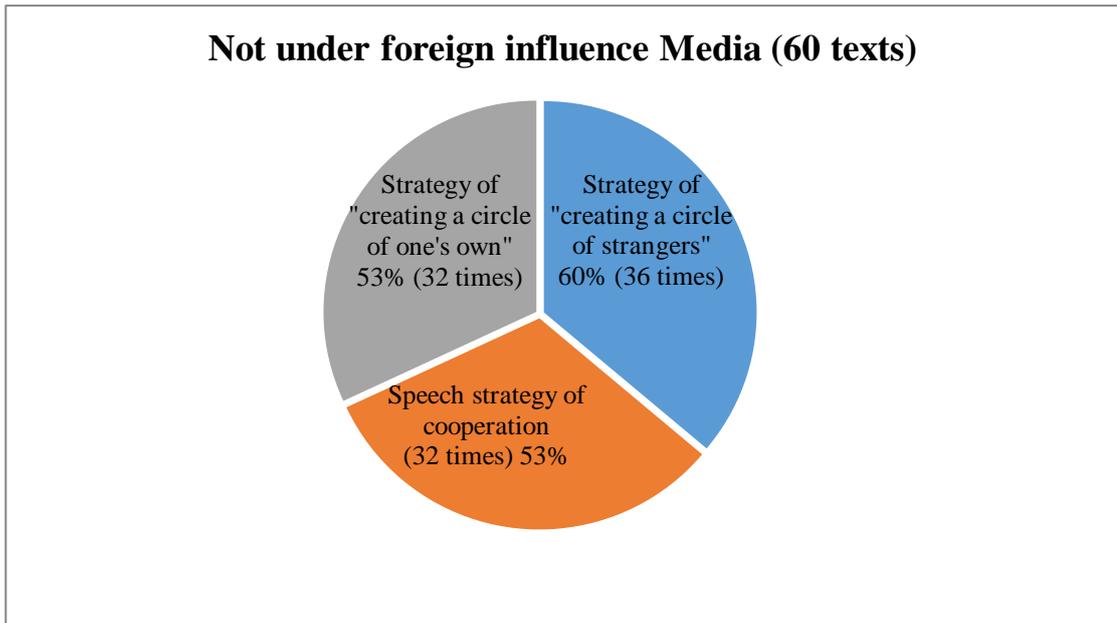


Figure 3: The frequency of use of the speech strategies we have identified in media texts not under foreign influence² on the topic "Medicine."

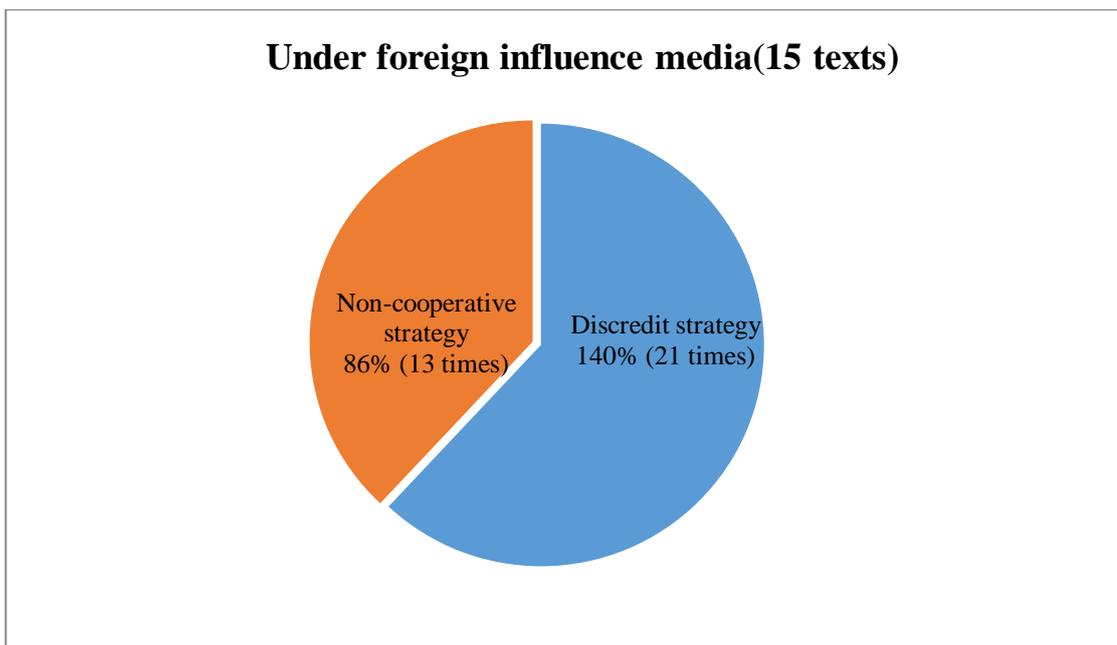


Figure 4: The frequency of use of the speech strategies identified by us in the texts of the media under foreign influence¹² on the topic "Medicine."

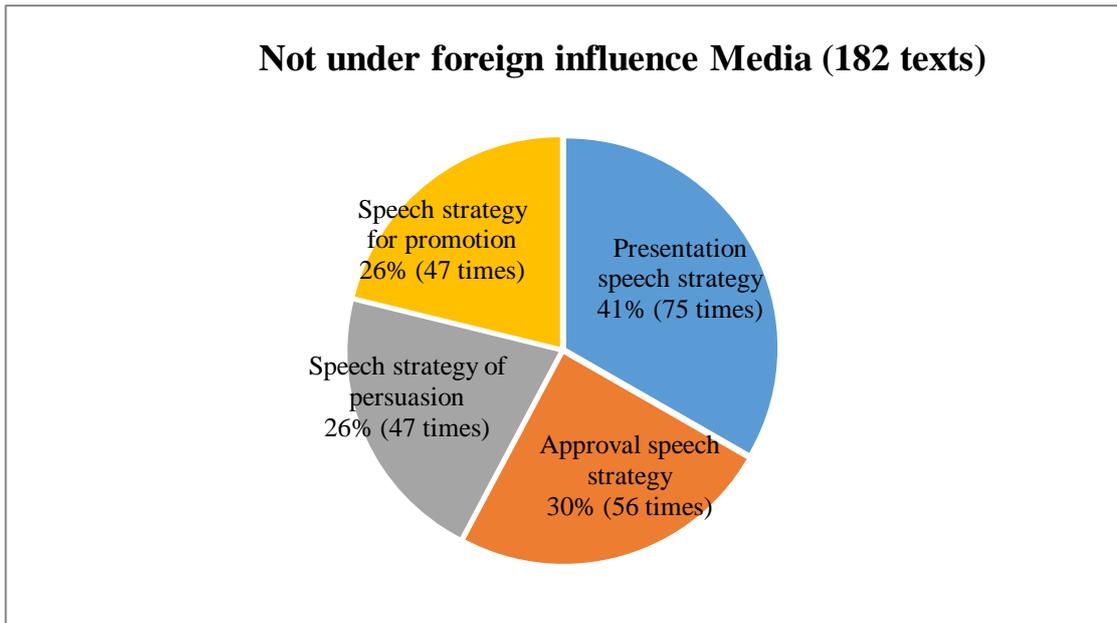


Figure 5: The frequency of use of the speech strategies we have identified in media texts not under foreign influence² on the topic "Economy and business."

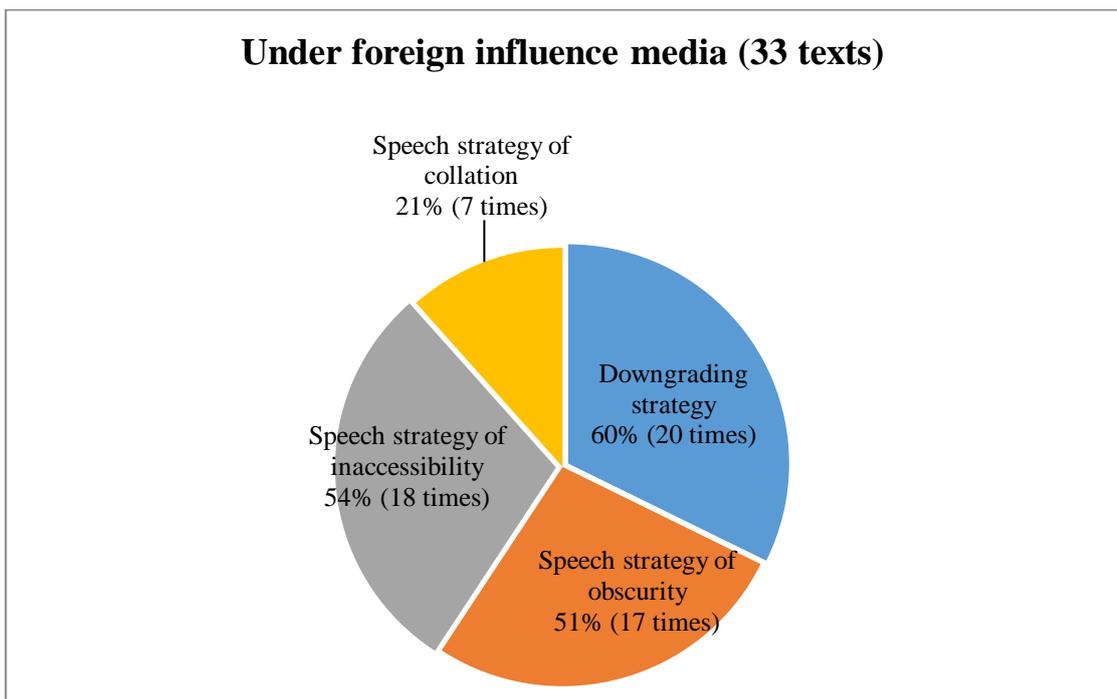


Figure 6: The frequency of use of the speech strategies we have identified in the texts of the media under foreign influence¹² on the topic "Economy and business"

Table 4: Frequency of Use of All Selected Speech Strategies in Selected Media Texts on the Topics of Culture, Medicine, and Economics and Business

Theme "Culture"				
Not under foreign influence Media ² (65 texts in total)	Speech strategy of self-presentation	Speech strategy of persuasiveness	Speech strategy for promotion	Speech informing strategy
	17 (26%)	20 (30%)	43 (66%)	43 (66%)
Under foreign influence media ¹² (24 texts in total)	Non-cooperative speech strategy	Strategy of contradiction	Downward strategy	
	10 (41%)	8 (33%)	12 (50%)	
Theme "Medicine"				
Not under foreign influence Media ² (60 texts in total)	Strategy of "creating a circle of one's own"	Strategy of "creating a circle of strangers"	Strategy of cooperation	
	32 (53%)	36 (60%)	32 (53%)	
Under foreign influence media ¹² (24 texts in total)	Non-cooperative strategy	Discredit strategy		
	13 (86%)	21 (140%)		
Theme "Economics and Business"				
Not under foreign influence Media ² (182 texts in total)	Approval speech strategy	Speech strategy of persuasion	Presentation speech strategy	Speech strategy for promotion
	56 (30%)	47 (26%)	75 (41%)	47 (26%)
Under foreign influence media ¹² (48 texts in total)	Speech strategy of inaccessibility	Speech strategy of collation	Speech strategy of obscurity	Downgrading strategy
	18 (54%)	7 (21%)	17 (51%)	20 (60%)

APPENDIX 3

WORDWORKER

The glossary was created based on the material of our study. The lexemes included in this dictionary are divided into two categories: 1) vocabulary often found in media texts that are not under foreign influence²; 2) vocabulary - in media texts under foreign influence¹². This will help learners of Russian as a foreign language to understand the lexical features of media texts of Russian media of various kinds.

In the first part of the dictionary, we sort the lexemes of each category into parts of speech: noun, adjective, verb, preposition, and arrange them according to the Russian alphabet. In addition, we present the corresponding Chinese translation of each Russian word.

In the second part of the glossary, we list word combinations in media texts that are not / are under foreign influence², so that students understand the principles of combining Russian words. Phrases are listed according to the following principles: according to the types of connection in the phrase (prefix + noun; preposition + noun; adjective + noun, etc.), according to the main word and according to the Russian alphabet.

It should be noted that this vocabulary can be improved according to our further research.

Table 5. Part 1 of the Vocabulary: vocabulary in media not under/under foreign influence²

Vocabulary in media texts not under foreign influence²		
Part of speech	The word in Russian	Translation to Chinese
Noun 一名词	Авторитет	权威
	Вклад	贡献
	Готовность	做好....准备
	Договоренность	协议
	Друг	朋友
	Единение	团结
	Заимствование	借用
	Заинтересованность	兴趣
	Импульс	动力
	Инвестиция	投资
	Интеграция	一体化
	Корень	根源
	Коллега	同事、同行
	Лауреат	(科学、艺术等方面的) 获奖者
	Лидер	首领、领导
Мероприятие	活动	

Continuation of the table 5

	Обвинение	指责
	Обладатель	享有者
	Обмен	交换
	Опыт	经验
	Павильон	陈列室
	Партнер	合作伙伴
	Плюс	优点
	Победитель	获胜者
	Поддержка	支持
	Поздравление	祝贺
	Помощь	帮助
	Представитель	代表
	Преодоление	克服
	Препятствие	障碍物、阻碍
	Перспектива	前景
	Прогресс	进步、发展
	Пуск	发射
	Решимость	果断、决心
	Рост	增长
	Соглашение	协议
	Сооружение	设施
	Сопряжение	结合
	Сотрудничество	合作
	Уверенность	信心
	Успех	成功
	Церемония	仪式、典礼
Adverb — 副词	Абсолютно	绝对地
	Активно	积极地
	Вновь	又
	Вперед	前进
	Беспрецедентно	前所未有地
	Безусловно	毫无疑问地
	Более	更
	Бурно	快速地
	Вместе	一起
	Впервые	首先
	Действительно	的确
	Крайне	极其
	Необходимо	必要地
	Обычно	经常地
	Особенно	特别地
	Полностью	完全
	По-товарищески	同志般地
	Примечательно	引人注目地
	Приятно	令人愉快地
	Совместно	共同地
	Твердо	坚固地

Continuation of the table 5

	Тепло	温暖地
	Традиционно	传统地
	Успешно	成功地
Adjective — 形容词	Бездоказательный	无根据的
	Близкий	亲近的
	Ближайший	最亲密的
	Важнейший	最重要的
	Ведущий	主导的、主要的
	Взаимный	互相的
	Взаимовыгодный	互利的
	Впечатляющий	令人难忘的
	Глубокий	深刻的
	Главный	主要的
	Дружеский	朋友式的
	Дружественный	友好的
	Единый	统一的、联合的
	Единственный	唯一的
	Замечательный	优秀的、出色的
	Заслуженный	有功劳的、功绩卓著的
	Знаковый	标志的、象征性的
	Искренний	真诚的、真挚的
	Крупнейший	规模最大的
	Лучший	最好的
	Межправительственный	政府间的
	Наибольший	最大的
	Напряженный	处于紧张状态的
	Научный	科学的
	Непозволительный	不能容忍的
	Серийный	成批生产的
	Скоординированный	协调一致的
	Совместный	共同的
	Справедливый	公正的、公平的
	Стремительный	急速的、神速的
	Существенный	极重要的
	Общий	共同的
	Объективный	客观的
	Особенный	特别的、与众不同的
	Открытый	开放性的、真诚的
	Отличительный	特殊的、识别的
	Отрицательный	否定的
	Партнерский	伙伴的
	Первый	第一
	Понятный	可以理解的
	Поставленный	提供的、提高的
	Приоритетный	优先的
	Рамочный	框架的
	Рациональный	合理的

Continuation of the table 5

	Реалистичный	现实主义的
	Твердый	坚决的
	Тесный	亲近的
	Торжественный	盛大的
	Флагманский	领头的、领导的
	Хороший	好的、优秀的
	Яркий	卓越的、突出的
	Ясный	清晰的、明亮的
Verb 一 动词	Верить	相信
	Восстановить	还原、恢复
	Вписываться	协调、配合得宜
	Гарантировать	保证
	Договориться	约定
	Достигать	达到
	Наращивать	增加、扩大
	Объединить	联合、统一
	Одобрять	同意
	Отстаивать	坚持
	Придерживаться	坚持、遵循
	Повышаться	提高、加强
	Поддерживать	支持
	Подписать	签字、签署
	Показывать	展示
	Поспособствовать	促进
	Превысить	超出、超过
	Продемонстрировать	演示
	Продолжать	继续
	Развиваться	发展
	Сообщать	通知、报告
	Увеличиться	增加
	Унифицировать	统一、划一
	Ускорять	加速、加快
	Устранить	解除、消除
	Ценить	珍视
Pretext 一 前置词	на	增加（减少）到
	до	到....，至...

Vocabulary in media texts under foreign influence¹²

Part of speech	The word in Russian	Translation to Chinese
Noun 一 名词	Аванс	预付款
	Акционер	股东、股票持有人
	Бюджетник	从国家预算中领工资的人
	Внесение	交付
	Возможность	可能性
	Заболевший	病号
	Закрытие	关闭
	Замалчивание	隐瞒
	Зараженный	感染者

Continuation of the table 5

	Локализация	限制
	Неготовность	未准备好
	Недоумение	误解
	Неожиданность	意外性
	Неясность	不清楚
	Отрицание	否定
	Отсутствие	缺少
	Переход	过渡
	Разрешение	允许
	Убыток	亏损
	Умерший	死者
	Хештег	话题标记、主题标签
	Чиновник	官员
Adjective —形容词	Низкий	低的
	Отечественный	祖国的
Verb —动词	Вынуждать	迫使、强迫
	Вырезать	剪切
	Затягиваться	拖延、延迟
	Испортиться	变坏
	Исчезнуть	消失、失踪
	Лишить	夺去
	Обогнать	超过
	Ограничиться	限制
	Отказаться	拒绝
	Откладываться	推迟
	Отложить	推迟、延期
	Перегрузить	使超载
	Перейти	转变
	Переполнить	超过
	Пожаловаться	埋怨
	Пообещать	答应、许诺
	Предусмотреть	规定、预见到
	Терять	失去
	Тестировать	测试
	Упасти	拯救、挽救
	Уточняться	更明确
Pretext —前置词	Вместо	代替
	Из-за	由于、因为
	До	直到

Table 6. Part 2 of the vocabulary: phrase in media texts that are not / are under foreign influence²

Phrase in media texts not under foreign influence ²				
Types of connection in word combinations — 词组构造类型	Main word — 主要的词	Translation to Chinese	Word combination in Russian — 词组	Translation to Chinese
Prefix + noun — 前缀+名词	Без+(2)	没有、无	Без преувеличения	毫不夸张
Pretext + noun — 前置词+名词	В+(4)	在....时候	В кратчайшие сроки	尽早
	По+(3)	在....范围内	По всем фронтам	全方位
	Под +(5)	在....下面	Под руководством	在....领导下
Verbal noun + noun — 动名词+名词	Оказание + (2)	提供	Оказание взаимопомощи	提供互助
Adjective + noun — 形容词+名词	Большой (-ая, -ое, -ие)	大的	Большая часть	很荣幸
	Важный (-ая, -ое, -ые)	重要的	Важнейшие партнеры	重要伙伴
	Высокий (-ая, -ое, -ые)	高的	Высокий авторитет	高的权威
			Высокая оценка	高的评价
			Высокий уровень	高水平
	Глобальный (-ая, -ое, -ые)	全球的	Глобальный масштаб	全球范围
	Государственный (-ая, -ое, -ые)	国家的	Государственный визит	国事访问
	Дальнейший (-ая, -ее, -ие)	进一步的	Дальнейшее укрепление	进一步加强
	Значимый (-ая, -ое, -ые)	有意义的、重要的	Значимая роль	重要作用
	Исторический (-ая, -ое, -ие)	历史的	Исторические связи	历史联系
	Китайский (-ая, -ое, -ие)	中国的	Китайские друзья	中国朋友
			Китайские коллеги	中国同事、中国伙伴
	Народный (-ая, -ое, -ые)	人民的、民间的	Народная дипломатия	民间外交
	Положительный (-ая, -ое, -ые)	积极的、正面的	Положительный тон	积极的态度
	Специальный (-ая, -ое, -ые)	专业的、专门的	Специальный павильон	专门的陈列馆
Хороший (-ая, -ее, -ие)	好的	Хороший пример	好的典范	

Continuation of the table 6

Phrase in media texts under foreign influence¹²				
Types of connection in word combinations —词组构造类型	Main word —主要的词	Translation to Chinese	Word combination in Russian —词组	Translation to Chinese
Adjective + noun —形容词+名词	Недостаточный (-ая, -ое, -ые)	不够的、不完全的	Недостаточное финансирование	资金不足
	Полный (-ая, -ое, -ые)	完全的	Полная неожиданность	完全没想到
	Черный (-ая, -ое, -ые)	黑色的	Черный список	黑名单

APPENDIX 4

LIST OF SELECTED RUSSIAN MEDIA TEXTS

The material is listed by topics and media focus.

Theme "Culture"

Not under foreign influence Media²

1. Putin thanks Xi Jinping for preserving the memory of Soviet soldiers // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200508/1571180977.html> (accessed: 08.05.2020)
2. China opposes rewriting World War II history // "RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200511/1571271311.html> (accessed: 05.11.2020)
3. Putin urged Xi Jinping to preserve the truth about the events of World War II // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200903/voy-na-1576675073.html> (accessed: 03.09.2020)
4. Xi Jinping congratulated Russians on the 75th anniversary of the Victory Day // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200508/1571177762.html> (accessed: 08.05.2020)
5. Roldugin performed in Beijing on the occasion of the 70th anniversary of Russia-China diplomatic relations // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20191018/1559919728.html> (accessed: 18.10.2019)
6. Russian and Chinese Foreign Ministries: The Second Birth of the Celestial Empire - a unique project // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20191016/1559872850.html> (accessed: 16.10.2019)
7. Putin congratulated Xi Jinping on the 70th anniversary of China's formation // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20191001/1559304664.html> (accessed: 16.10.2019)
8. Xi Jinping called Putin's gifted bathhouse "a unique home" // RIA Novosti (website). URL: https://ria.ru/20180609/1522409105.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (accessed: 06.09.2018)
9. Putin cooked and tasted local food in China // RIA Novosti (website). URL: https://ria.ru/20180609/1522399667.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (accessed: 06.09.2018)
10. Putin is the first head of state to receive the Chinese Order of Friendship // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20180608/1522352350.html> (accessed: 06.08.2018)
11. Putin awarded Xi Jinping the Order of the Holy Apostle St Andrew // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20170704/1497777200.html> (accessed: 07.04.2017)
12. Putin presented Xi Jinping with Russia's highest state award // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20170704/1497799674.html> (accessed 07.04.2017).
13. Putin presented Xi Jinping with Russian ice cream for his birthday // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20190615/1555592589.html> (accessed 06.15.2019).
14. Putin showed PRC President Xi Jinping how Yotafon works // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20141110/1032565763.html> (access date: 11.10.2014)
15. Xi Jinping became honorary doctor of St. Petersburg State University // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20190606/1555345421.html> (access date: 06.06.2019)
16. China-Russia New Media Forum was a success // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20211124/forum-1760529729.html> (access date: 11.24.2021)
17. Fifth Russia-China Media Forum takes place in Vladivostok // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20190903/1558219705.html> (access date: 09.03.2019)
18. Russia-China media cooperation enters a new era // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20190904/1558309929.html> (access date: 09.04.2019)
19. Moscow Kremlin Museums exhibition opened in Forbidden City in Beijing // RIA Novosti

- (website). URL: <https://ria.ru/20190829/1558015118.html> (access date: 08.29.2019)
20. Putin and Xi Jinping visit exhibition at St. Petersburg State University // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20190606/1555345537.html> (access date: 06.06.2019)
21. Putin and Xi Jinping to attend panda handover ceremony at Moscow Zoo // RIA Novosti (website). URL: https://ria.ru/20190604/1555251792.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (accessed 06.04.2019)
22. Putin called China's transfer of two pandas a gesture of trust and friendship // RIA Novosti (website). URL: https://ria.ru/20190605/1555294777.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (accessed 06.05.2019)
23. Putin told how he drank vodka with Xi Jinping on his birthday // RIA Novosti (website). URL: https://ria.ru/20180606/1522142987.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (accessed 06.06.2018)
24. Putin called Xi Jinping a reliable friend // RIA Novosti (website). URL: https://ria.ru/20180606/1522142922.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (accessed: 06.06.2018)
25. Russian-Chinese relations have stood the test of time, Putin said // RIA Novosti (website). URL: https://ria.ru/20191002/1559344828.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (accessed 10.02.2019)
26. Vladimir Putin and Xi Jinping announced the extension of the Russian-Chinese friendship treaty // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2021/06/29/putin-i-si-czinpin-obiavili-o-prodlenii-dogovora-o-druzhbe.html> (Date of access: 06.29.2021)
27. How Putin was met in China // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2018/06/09/kak-vstrechali-putina-v-kitae.html> (Date of access: 06/09/2018)
28. Putin and Xi Jinping baked pancakes on the Far East Street // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2018/09/11/reg-dfo/putin-i-si-czinpin-ispekli-bliny-na-ulice-dalnego-vostoka.html> (Accessed: 09/11/2018)
29. Vladimir Putin became the first recipient of the Order of Friendship of the People's Republic of China // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2018/06/08/vladimir-putin-stal-pervym-obladatelem-ordena-druzhby-kr.html> (Date of access: 06/08/2018)
30. Putin awarded Xi Jinping with the Order of the Holy Apostle Andrew the First-Called // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2017/07/04/putin-nagradil-si-czinpinu-ordenom-sviatogo-apostola-andreia-pervozvannogo.html> (date of access: 07/04/2017)
31. Vladimir Putin gave Xi Jinping a box of ice cream // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2016/09/04/vladimir-putin-podaril-si-czinpinu-korobku-morozhenogo.html> (Date of access: 09/04/2016)
32. Vladimir Putin gave Xi Jinping a Russian smartphone // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2014/11/09/smatrfon-site-anons.html> (Date of access: 11/09/2014)
33. Degree for Chairman Xi Jinping received an honorary doctorate from St. Petersburg State University // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2019/06/06/reg-szfo/si-czinpin-poluchil-diplom-pochetnogo-doktora-spbgu.html> (Date of access: 06/06/2019)
34. Putin became an honorary doctor of Tsinghua University // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2019/04/26/putin-stal-pochetnym-doktorom-universiteta-cinhua.html> (Date of access: 04/26/2019)
35. In Beijing, they are waiting for the President of Russia for the "white" Olympic Games // "Rossiyskaya Gazeta" (website). URL: <https://rg.ru/2021/09/17/pochemu-v-pekine-zhdut-prezidenta-rossii-na-zimniuiu-olimpiadu.html> (Date of access: 09/17/2021)
36. Vladivostok hosted the 5th Media Forum of Russia and China // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2019/09/03/reg-dfo/vo-vladivostoke-proshel-v-forum-smi-rossii-i>

- kitaiia.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (date of access: 03.09 .2021)
37. Russian and Chinese media see common goals // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2019/09/03/na-poliah-vef-proshel-forum-smi-rossii-i-kitaiia.html> (Date of access: 09/03/2021)
38. An exhibition of Russian imperial ceremonies has opened in Beijing // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2019/08/30/v-pekine-otkrylas-vystavka-rossijskih-imperatorskih-ceremonialov.html> (Date of access: 08/30/2019)
39. Chinese pandas were delivered to Moscow by mail plane // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2019/06/06/kitajskih-pand-dostavili-v-moskvu-pochtovym-samoletom.html> (Date of access: 06/06/2019)
40. Putin spoke about the Russian dream and expectations from the football team // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: https://rg.ru/2018/06/06/putin-rasskazal-o-vrede-sankcij-i-ozhidaniiah-ot-sbornoj-po-futbolu.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (date of access: 06.06 .2018)
41. Vladimir Putin became the first recipient of the Order of Friendship of the People's Republic of China // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: https://rg.ru/2018/06/08/vladimir-putin-stal-pervym-obladatelem-ordena-druzhby-kr.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (date of access: 06/08/2018)
42. Vladimir Putin presented the Order of St. Andrew the First-Called to Xi Jinping // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2017/07/04/vladimir-putin-vruchil-si-czinpinu-orden-andreia-pervozvannogo.html> (Date of access: 07/04/2017)
43. A concert was held in Beijing in honor of the 70th anniversary of diplomatic relations between Russia and China // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: https://rg.ru/2019/10/18/v-pekine-proshel-concert-v-chest-70-letia-diplomaticheskikh-otnoshenij-rossii-i-kitaiia.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (date of access: 10/18/2019)
44. Xi Jinping congratulated Vladimir Putin on the 75th anniversary of the end of World War II // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/09/03/si-czinpin-pozdravil-vladimira-putna-s-75-letiem-okonchaniia-vtoroj-mirovoj-vojni.html?tgml> (Date of access: 09/03/2020)
45. On the eve of the WEF. Russian-Chinese media forum and the opening of the "Streets of the Far East" // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6834526> (date of access: 09/03/2019)
46. Panda Meng Meng at the Berlin Zoo gave birth to twins // TASS (website). URL: <https://tass.ru/obschestvo/6831604> (date of access: 09/02/2020)
47. The exhibition "Ceremonials of the Russian Imperial Court" opened in the Forbidden City // TASS (website). URL: <https://tass.ru/kultura/6810633> (date of access: 29.08.2019)
48. Xi Jinping congratulated Vladimir Putin on the 75th anniversary of the Victory in World War II // TASS (website). URL: <https://tass.ru/obschestvo/9357369> (date of access: 09/03/2020)
49. Putin cooked traditional Chinese food during a visit to Tianjin // TASS (website). URL: https://tass.ru/obschestvo/5278244?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (Accessed: 06/09/2018)
50. Teams from Russia and China played hockey on the Amur ice // TASS (website). URL: https://tass.ru/obschestvo/6018185?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (Accessed: 01/19/2019)
51. Putin and Xi Jinping will attend a hockey match of junior teams in the city of Tianjin // TASS (website). URL: https://tass.ru/sport/5261290?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (date of access: 06/04/2018)
52. Russian teams beat hockey players from China in an international match on the Amur River // TASS (website). URL: https://tass.ru/sport/4872571?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (Accessed: 01/14/2018)
53. Putin presented the Order of St. Andrew the First-Called to Xi Jinping // TASS (website). URL:

- <https://tass.ru/politika/4386086> (date of access: 07/04/2017)
54. Xi Jinping was awarded the degree of honorary doctor of St. Petersburg State University // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/obschestvo/6520143> (date of access: 06/07/2019)
55. Putin became an honorary doctor of Tsinghua University, which Xi Jinping graduated from // TASS (website). URL: <https://tass.ru/obschestvo/6379505> (date of access: 04/26/2019)
56. Golodets: Russia and China have outlined a program of cooperation in the humanitarian sphere // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/4556261> (date of access: 09/12/2017)
57. Putin and Xi Jinping viewed an exhibition of books at St. Petersburg University // TASS (website). URL: https://tass.ru/obschestvo/6520159?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (Accessed: 06/07/2017)
58. Xi Jinping arrived in Moscow on a state visit // TASS (website). URL: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/6509834?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (Accessed: 06/05/2019)
59. Putin and Xi Jinping will attend the ceremony of handing over two pandas to the Moscow Zoo // TASS (website). URL: https://tass.ru/obschestvo/6506631?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D (Accessed: 06/04/2019)
60. Putin called the transfer of two pandas by China to the Moscow Zoo as a sign of special trust // TASS (website). URL: https://tass.ru/obschestvo/6512358?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (Date of access: 06/06/2019)
61. Putin called Xi Jinping a sincere person // TASS (website). URL: https://tass.ru/politika/5266277?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Finstory%2FPutin_vypil_i_zakusil_s_Si_Czinpinom--8b840c0d8295b17ba8e92e2c3c2ce230 (date of access: 06/06/2018)
62. Putin became the first owner of the Chinese Order of Friendship // TASS (website). URL: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/5275902?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Finstory%2FPutin_stal_pervym_obladatelem_kitajskogo_ordena_Druzhby--ab2e696d2b593de9059f25dc7027d177 (date of access: 06/08/2018)
63. Russia and China celebrated the 70th anniversary of relations with an international ball in Beijing // TASS (website). URL: <https://tass.ru/obschestvo/6992920> (date of access: 10/12/2019)
64. Putin congratulated Xi Jinping on the 70th anniversary of the establishment of diplomatic relations between Russia and China // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/6952648> (date of access: 02.10.2019)
65. Xi Jinping congratulated Putin on the 70th anniversary of Sino-Russian official relations // TASS (website). URL: https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/6952925?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (accessed 02.10.2019)

Under foreign influence media¹²

66. Comments - Vladimir Putin brought Russian ice cream to Chinese President Xi Jinping for his birthday // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20190615095650/https://echo.msk.ru/news/2445813-echo/comments.html> (Date of access: 06/15/2019)
67. The old territory of the Moscow Zoo was closed due to the planned visit of Vladimir Putin and Xi Jinping // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20190607142824/https://echo.msk.ru/news/2439679-echo.html> (Date of access: 05/06/2019)

68. The main territory of the Moscow Zoo was blocked before the arrival of Vladimir Putin and Xi Jinping // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20190607075600/https://echo.msk.ru/news/2439555-echo.html> (Date of access: 05/06/2019)
69. The leaders of Russia and China will hold negotiations via video link // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20210628031717/https://echo.msk.ru/news/2861934-echo.html> (date of access: 06/28/2021)
70. Comments - Vladimir Putin brought Russian ice cream for Chinese President Xi Jinping's birthday // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20190615095650/https://echo.msk.ru/news/2445813-echo/comments.html> (Date of access: 06/15/2019)
71. Vladimir Putin gave Chinese President Xi Jinping a second-generation Russian YotaPhone // Echo Moskv³ (website). URL: https://web.archive.org/web/20141112111211/http://www.echo.msk.ru:80/blog/day_photo/1434134-echo (Date of access: 09.11.2014)
72. Alexey Ulyukhaev said that the leader of China was delighted with a gift from Vladimir Putin // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20220303052002/https://echo.msk.ru/news/1832060-echo.html> (date of access: 09/04/2016)
73. Vladimir Putin brought the leader of China a box of ice cream as a gift // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20161025040801/http://echo.msk.ru/news/1832030-echo.html> (Date of access: 09/04/2016)
74. The Chairman of the People's Republic of China will receive the highest state award of Russia today // "Echo of Moscow"³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20170809192314/http://echo.msk.ru/news/2012104-echo.html> (Date of access: 07/04/2017)
75. President Putin became the first foreign leader to be awarded the Chinese Order of Friendship // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20180612113122/https://echo.msk.ru/news/2217826-echo.html> (Date of access: 06/08/2018)
76. Celebrations to mark the 70th anniversary of the founding of the PRC will be held in China // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20191001234425/https://echo.msk.ru/news/2511175-echo.html> (date of access: 01.10.2019)
77. Comments - President Putin became an honorary doctor of the Chinese Tsinghua University // "Echo of Moscow"³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20190426082114/https://echo.msk.ru/news/2415043-echo/comments.html> (Date of access: 04/26/2019)
78. A military parade was held in Beijing in honor of the 70th anniversary of victory in World War II // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20150906060914/https://echo.msk.ru/news/1615310-echo.html> (accessed 03.09.2015)
79. Putin will attend the 2022 Winter Olympics in Beijing, despite the ban on sports arbitration // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20220302124731/https://echo.msk.ru/news/2904888-echo.html> (date of access: 09/16/2021)
80. President of the Russian Hockey Federation Tretyak is sure that Russian hockey players will perform at the 2022 Olympics in China // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20191211110306/https://echo.msk.ru/news/2552425-echo.html> (date of access: 12/11/2019)

81. The Moscow Zoo expects an influx of people wishing to see pandas from China // Echo Moskvyy³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20220302185006/https://echo.msk.ru/news/2440819-echo.html> (Date of access: 06/07/2019)
82. Comments - China has officially donated two giant pandas to the Moscow Zoo // Echo Moskvyy³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20190607124926/https://echo.msk.ru/news/2439787-echo/comments.html> (Date of access: 06/05/2019)
83. Putin and Xi Jinping drank vodka and ate pancakes with black and red caviar // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220308060316/https://tvrain.ru/teleshov/here_and_now/bliny-471277/ (date of access: 09/11/2018)
84. Putin told how he drank vodka with Xi Jinping on his birthday // Dozhd⁴ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20220321090708/https://tvrain.ru/news/putin-465242/> (Date of access: 06/06/2018)
85. Xi Jinping became an honorary doctor of St. Petersburg State University // Dozhd⁴(website). URL: https://web.archive.org/web/20220909143639/https://tvrain.ru/news/si_tszinpin_stal_pochetnym_doktorom-487182/ (Date of access: 06/06/2019)
86. Putin became an honorary doctor of one of the leading universities in China // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20190426130053/https://tvrain.ru/news/putin_stal_pochetnym_doktorom_odnogo_iz_veduschih_vuzov_kitaja-484642/ (date of access: 04/26/2019)
87. Chinese censorship cut out a video with Putin's gallant gesture // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220321032609/https://tvrain.ru/news/kitajskaja_tsenzura_vyrezala_video_s_galantnym_zhestom_putina-377905/ (Date of access: 11/11/2014)
88. Putin became an honorary doctor of the Chinese Tsinghua University // Dozhd⁴(website). URL: https://web.archive.org/web/20220312034639/https://tvrain.ru/teleshov/here_and_now/putin-484663/ (Date of access: 04/26/2019)
89. Putin published an article about World War II in an American magazine. Retelling // Dozhd⁴(website). URL: https://web.archive.org/web/20220308103501/https://tvrain.ru/teleshov/notes/prezident_putin_napisal_statju_o_vtoroj_mirovoj_vojne_pereskaz-510933/ (Date of access: 06/19/2020)

Theme "Medicine"

Not under foreign influence Media²

90. Putin and Xi Jinping discussed cooperation on a coronavirus vaccine // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200508/1571178342.html> (date of access: 05/08/2020)
91. Cure for COVID: humanity or \$? // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200430/1570816700.html> (date of access: 04/30/2020)
92. Putin and Xi Jinping noted the importance of support in the fight against coronavirus // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200416/1570150795.html> (date of access: 04/16/2020)
93. Xi Jinping urged not to politicize the situation with coronavirus // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200416/1570149841.html> (date of access: 04/16/2020)
94. China will continue to support Russia in the fight against the epidemic // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200416/1570148816.html> (date of access: 04/16/2020)
95. Xi Jinping is confident that cooperation between Russia and China will become stronger // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200416/1570147658.html> (date of access: 04/16/2020)
96. The Kremlin told the details of the conversation between Putin and Xi Jinping // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200319/1568860727.html> (date of access: 03/19/2020)
97. Source: Xi Jinping conveyed gratitude to Putin for supporting China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200206/1564307259.html> (date of access: 02/06/2020)
98. Commentary: cooperation between China and the Russian Federation in a pandemic is especially valuable // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200827/sotrudnichestvo-1576394220.html> (date of access: 27.08.2020)
99. The Kremlin announced joint work with China on a vaccine against COVID-19 // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200508/1571180252.html> (date of access: 05/08/2020)
100. Xi Jinping is confident that the world will be able to win the war against coronavirus // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200508/1571178961.html> (date of access: 05/08/2020)
101. China appreciated Russia's approach to the issue of the origin of the coronavirus // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200423/1570453024.html> (date of access: 04/23/2020)
102. The Kremlin spoke about contacts with China to combat coronavirus // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200422/1570404066.html> (date of access: 04/22/2020)
103. The leaders of the Russian Federation and China coordinated their positions in the joint fight against COVID-19 // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200417/1570173558.html> (date of access: 04/17/2020)
104. China is confident that Russia will be able to quickly take the epidemic under control // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200416/1570150399.html> (date of access: 04/16/2020)
105. Putin and Xi Jinping confirmed their commitment to cooperation // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200416/1570150078.html> (date of access: 04/16/2020)
106. Putin praised China's actions to combat coronavirus // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200416/1570149805.html> (date of access: 04/16/2020)
107. China is ready to help Russia in the fight against coronavirus // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200408/1569743790.html> (date of access: 04/08/2020)
108. Aerospace Forces aircraft delivered more than 25 million protective masks from China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200323/1568992315.html> (date of access: 03/23/2020)
109. Beijing thanked Russia for humanitarian aid in the fight against coronavirus // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200202/1564154804.html> (date of access: 02.02.2020)
110. Virtual girlfriends and science on the moon. Joint work of Russian and Chinese scientists // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20210620/kitay-1737790455.html> (date of access: 06/20/2021)
111. Putin supported the idea of holding a BRICS symposium on traditional medicine // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20201117/meditsina-1585011308.html> (date of access: 11/17/2020)

112. Xi Jinping proposed holding a BRICS symposium on traditional medicine // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20201117/briks-1585013299.html> (date of access: 11/17/2020)
113. Putin and Xi Jinping supported the deepening of cooperation in medicine // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200319/1568860871.html> (date of access: 03/19/2020)
114. Russia and China have stepped up their joint fight against COVID-19 // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/04/17/rossiia-i-knr-usilili-sovmestnuiu-borbu-s-covid-19.html> (Date of access: 04/17/2020)
115. Work from home is a third more efficient // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/04/06/dynkin-predrekat-polnyj-kollaps-globalizacii-vesma-oprometchivo.html> (Date of access: 04/06/2020)
116. The leaders of Russia and China discussed the fight against coronavirus by phone // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/03/19/lidery-rossii-i-kitaia-po-telefonu-obsudili-borbu-s-koronavirusom.html> (Date of access: 03/19/2020)
117. Let's not leave Beijing in trouble // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/02/09/kak-rossiiane-podderzhivaiut-kitaj-v-borbe-s-koronavirusom.html> (Date of access: 02/09/2020)
118. The President announced the effectiveness of all Russian coronavirus vaccines // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/11/10/putin-zaiavil-ob-effektivnosti-vseh-rossijskih-vakcin-ot-koronavirusa.html> (Date of access: 11/10/2020)
119. Russia and China have stepped up their joint fight against COVID-19 // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/04/17/rossiia-i-knr-usilili-sovmestnuiu-borbu-s-covid-19.html> (Date of access: 04/17/2020)
120. Vladimir Putin and Xi Jinping discussed the fight against coronavirus // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/04/16/vladimir-putin-i-si-czinpin-obsudili-borbu-s-koronavirusom.html> (Date of access: 04/16/2020)
121. Russia and China set an example of international cooperation in the fight against COVID-19 // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/03/25/rossiia-i-kitaj-podali-primer-mezhdunarodnogo-vzaimodejstviia-v-borbe-s-covid-19.html> (Date of access: 03/25/2020)
122. Putin called China's fight against coronavirus successful // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/11/17/putin-nazval-uspeshnoj-borbu-kitaia-s-koronavirusom.html> (Date of access: 11/17/2020)
123. Moving forward together with Russia // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/09/29/sovmestnaia-borba-s-koronavirusom-pridaet-otnosheniia-kitaia-i-rf-strategicheskoe-znachenie.html> (date of access: 09/29/2020)
124. With a united front against the virus, Russia and China together set the tone in the fight against the pandemic // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/05/21/rossiia-i-kitaj-vmeste-zadaiut-ton-v-borbe-s-pandemiej.html> (Date of access: 05/21/2020)
125. China has something to share // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/12/01/briks-podala-primer-borby-s-pandemiej-vsemu-miru.html> (Date of access: 12/01/2020)
126. G20 summit: China and Russia demonstrated the unity of approaches to the fight against COVID-19 // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/03/27/summit-g20-kitaj-i-rossiia-prodemonstrovali-edinstvo-podhodov-k-borbe-s-covid-19.html> (Date of access: 03/27/2020)
127. Unity will give strength The fight against the epidemic in China requires the cooperation of all countries of the world // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/02/17/borba-s-epidemiej-v-kitae-potrebuot-sotrudnichestva-vseh-stran-mira.html> (Date of access: 02/17/2020)
128. China expressed gratitude to the Russian Federation for help in the fight against coronavirus // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/02/02/kitaj-vyrazil-blagodarnost-za-pomoshch-v-borbe-s-koronavirusom.html> (Date of access: 02.02.2020)

129. Vladimir Putin offered China assistance in the fight against coronavirus // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/01/31/vladimir-putin-predlozhit-knr-pomoshch-v-borbe-s-koronavirusom.html> (Date of access: 01/31/2020)
130. Putin and Xi Jinping called for deepening cooperation in the field of medicine // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8028073> (date of access: 03/19/2020)
131. Xi Jinping said that China believes in a quick victory over the coronavirus in Russia // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8430111> (date of access: 08/05/2020)
132. The Chinese Foreign Ministry expressed solidarity with Russia in the unacceptability of the politicization of the coronavirus problem // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8442995> (date of access: 05.11.2020)
133. Xi Jinping had a telephone conversation with Vladimir Putin // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8261965> (date of access: 04/16/2020)
134. Putin said that China showed the whole world an example of a successful fight against coronavirus // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/10023715> (date of access: 11/17/2020)
135. Vaccines for all, and let no one be left behind. The result of the online meeting of APEC leaders // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/11924515> (date of access: 07/17/2021)
136. The Council of the Russian-Chinese Association of Medical Universities will be held in Tyumen from October 8 to October 12 // TASS (website). URL: <https://tass.ru/novosti-partnerov/6965626> (date of access: 05.10.2019)
137. Xi Jinping at the G20 proposed an initiative for global cooperation in the field of vaccines // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/12807121> (date of access: 10/30/2021)
138. Xi Jinping urged to fight against attempts to politicize the topic of vaccines and coronavirus // TASS (website). URL: <https://tass.ru/obschestvo/12294577> (date of access: 3.09.2021)
139. The People's Republic of China said that relations between Beijing and Moscow withstood the "baptism of the epidemic" in 2020 // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/10398609> (date of access: 01/02/2021)
140. G20 поддержит развивающиеся и наименее развитые страны в противостоянии пандемии // «ТАСС» (сайт). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/10069949> (дата обращения: 23.11.2020)
141. Putin supported the thesis of the PRC leader on the need to avoid politicizing the situation with COVID-19 // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/9961141> (date of access: 11/10/2020)
142. Xi Jinping had a telephone conversation with Vladimir Putin // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8913673> (date of access: 07/08/2020)
143. Xi Jinping said that China believes in a quick victory over the coronavirus in Russia // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8430111> (date of access: 05/08/2020)
144. Putin called counterproductive attempts to accuse the PRC of not informing about the coronavirus // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/8263287> (date of access: 04/16/2020)
145. Xi Jinping had a telephone conversation with Vladimir Putin // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8261965> (date of access: 04/16/2020)
146. China seeks to join forces with the G20 countries in the fight against the pandemic // TASS (website). URL: <https://tass.ru/obschestvo/8080579> (date of access: 03/26/2020)
147. G20 leaders at an emergency summit to discuss the fight against coronavirus via videoconference // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/8079857> (date of access: 03/26/2020)
148. The Ambassador of the People's Republic of China called sincere, timely and touching the assistance of the Russian Federation to China on the coronavirus // TASS (website). URL: <https://tass.ru/obschestvo/7986373> (date of access: 03/16/2020)
149. Putin expressed readiness to help China overcome the threat of the spread of coronavirus // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/7659267> (date of access: 02/01/2020)

Under foreign influence media¹²

150. The President of the People's Republic of China urged world leaders not to politicize the fight against coronavirus // Echo Moskvyy³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20200924042414/https://echo.msk.ru/news/2713305-echo.html> (Date of access: 09/22/2020)
151. China proposed a global initiative in the field of vaccination against coronavirus // Echo Moskvyy³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20211102151304/https://echo.msk.ru/news/2928026-echo.html> (date of access: 10/30/2021)
152. Chinese President Xi Jinping promised to supply 2 billion doses of coronavirus vaccine to other countries // Echo Moskvyy³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20210922172742/https://echo.msk.ru/news/2907752-echo.html> (Date of access: 09/22/2020)
153. Chinese President Xi Jinping proposed the creation of an international mechanism for the mutual recognition of "health codes" // Echo Moskvyy³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20210510020548/https://echo.msk.ru/news/2745738-echo.html> (Date of access: 11/21/2020)
154. Russian Ambassador: Since the end of March, Russia has purchased almost 200 million protective masks from China // Echo Moskvyy³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20200511161322/https://echo.msk.ru/news/2639119-echo.html> (Date of access: 05/08/2020)
155. China will allocate \$ 2 billion to help countries affected by COVID-19 // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20200528113323/https://tvrain.ru/news/kitaj_vydelit_dva_milliarda_dollarov_na_pomosch_stranam_postradavshim_ot_covid_19-508969/ (date of access: 05/18/2020)
156. In China, a coronavirus was found on a pack of chicken legs from Russia // Dozhd⁴(website). URL: https://web.archive.org/web/20201122100036/https://tvrain.ru/news/v_kitae_obnaruzhili_koronavirus_na_pachke_kurinyh_nozhek_iz_rossii-519729/ (date of access: 11/22/2020)
157. Half of the new cases of coronavirus per day in China were detected among those who returned from Russia // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220428172423/https://tvrain.ru/news/bolee_poloviny_novyh_sluchayev_koronavirusa_za_sutki_v_kitae_vyjavili_u_vernuvshih_iz_rossii-506685/ (date of access: 04/12/2020)
158. The Chinese province began patrolling the border with Russia, fearing a new outbreak of coronavirus // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220426191527/https://tvrain.ru/news/kitaj_zakryvaet_granitsu_s_rossiej_opasajas_novoj_vspyshki_koronavirusa-506725/ (Accessed: 04/13/2020)
159. AliExpress founder's funds donated medical masks and tests for coronavirus to Russia // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20210917040800/https://tvrain.ru/news/fondy_alibaba_i_dzheka_ma_peredali_rossii_meditainskie_maski-505354/ (date of access: 03/25/2020)
160. "If you infect someone, we'll put you in jail." How Russia is fighting the coronavirus and the Chinese // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20200228085621/https://tvrain.ru/teleshov/fishman_vecheree_shou_zarazish_kto_to_posadim-503384/ (accessed 21.02.2020)
161. Putin signed a decree on the remote sale of medicines // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220319033658/https://tvrain.ru/news/putin_podpisal_zakon_o_dista

ntsionnoj_prodazhe_lekarstv-504759/ (Date of access: 03/17/2020)

162. China commented on the ban on entry into Russia for the Chinese // "Dozhd"⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220318023223/https://tvrain.ru/teleshov/video/v_kitae_prokomentirovali_zapret_na_vezd_v_rossiju_dlja_kitajtsev-503191/ (date of access: 02/19/2020)

163. Mishustin ordered to close the border with China because of the coronavirus // Dozhd⁴(website). URL:

https://web.archive.org/web/20220808231530/https://tvrain.ru/news/mishustin_rasporjadilsja_zakryt_granitsu_s_kitaem_iz_za_koronavirusa-501988/ (date of access: 01/30/2020)

164. Russia will limit railway communication with China because of the coronavirus // Dozhd⁴ (website). URL:

https://web.archive.org/web/20210227130223/https://tvrain.ru/news/rossija_ogranichit_zheleznodorozhnoe_soobschenie_s_kitaem_iz_za_virusa-501955/ (date of access: 01/29/2020)

**Theme "Economics and Business"
Not under foreign influence Media²**

165. Xi Jinping noted the growth of trade between Russia and China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200416/1570149596.html> (date of access: 04/16/2020)
166. Russia and China are preparing the Years of Scientific and Technical Cooperation // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200609/1572677978.html> (date of access: 06/09/2020)
167. The Pentagon appreciated the cooperation between Russia and China in the field of technology // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200115/1563458849.html> (date of access: 01/15/2020)
168. China will help Russia win the oil war // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200402/1569454313.html> (date of access: 04/02/2020)
169. Putin promised to complete the road "Europe - Western China" // "RIA Novosti" (website). URL: <https://realty.ria.ru/20191219/1562601049.html> (date of access: 12/19/2019)
170. Putin and Xi Jinping may start the opening of the Power of Siberia on December 2 // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20191125/1561553980.html> (date of access: 11/25/2019)
171. The Kremlin is organizing a teleconference with the participation of the leaders of Russia and China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20191120/1561155227.html> (date of access: 11/20/2019)
172. Putin considers the real goal of reaching \$200 billion in trade with China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20191115/1560959317.html> (date of access: 11/15/2019)
173. Russia and China are stepping up work on the One Belt, One Road project // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20191003/1559412278.html> (date of access: 03.10.2019)
174. Putin and Xi Jinping intend to increase cooperation on hydrocarbons // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200708/1574065198.html> (date of access: 03.10.2019)
175. Russia began wheat supplies to China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20160318/1392220267.html> (date of access: 03/18/2016)
176. The World Toilet Organization reported about the "crisis" in Russia // "RIA Novosti" (website). URL: <https://ria.ru/20191119/1561100736.html> (date of access: 11/19/2019)
177. China is accelerating towards carbon neutrality // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20210324/uglerody-1602614350.html> (date of access: 03/24/2021)
178. Putin said that AUKUS undermines regional stability // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20211014/stabilnost-1754481087.html> (date of access: 10/14/2021)
179. Xi Jinping spoke about the results of energy cooperation with Russia // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20211129/kitay-1761265357.html> (date of access: 11/29/2021)
180. Putin and Xi Jinping launched the construction of new nuclear units in China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20210519/start-1732934480.html> (date of access: 05/19/2021)
181. Putin and Xi Jinping will start the construction of a nuclear facility on May 19 // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20210518/tseremoniya-1732732498.html> (date of access: 05/18/2021)
182. In January-September, Gazprom delivered 7.1 billion cubic meters of gas to China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20211027/gaz-1756456224.html> (date of access: 27.10.2021)
183. Xi Jinping considers it necessary to ensure the environmental friendliness of the Power of Siberia // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20191202/1561840568.html> (date of access: 02.12.2019)
184. Pipeline "Power of Siberia" // "RIA Novosti" (website). URL: <https://ria.ru/20191202/1561736951.html> (date of access: 02.12.2019)
185. Putin and Xi Jinping will launch Power of Siberia via teleconference in December // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20191111/1560813875.html?post> (date of access: 11/11/2019)
186. Putin spoke about the development of cooperation with China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20190627/1555993082.html> (date of access: 06/27/2019)
187. Putin expects to meet with Xi Jinping at the BRICS and APEC summits // RIA Novosti

- (website). URL: <https://ria.ru/20190918/1558822191.html> (date of access: 09/18/2019)
188. Lavrov announced the unprecedented height of relations between Russia and China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20210716/partnerstvo-1741465181.html> (date of access: 07/16/2021)
189. PRC Ambassador: Trade between Russia and China will reach \$200 billion by 2024 // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20190814/1557493714.html> (date of access: 08/14/2019)
190. Huawei wants to replace Android with the Russian OS, media write // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20190611/1555466924.html> (date of access: 06/11/2019)
191. One nuclear power plant, two nuclear power plants: Russia and China have issued a record package of documents on the atom // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20180608/1522378326.html> (date of access: 06/08/2018)
192. MTS and Huawei agreed on the development of 5G in Russia // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20190605/1555295921.html> (date of access: 06/05/2019)
193. Putin and Xi Jinping inspected Haval SUVs in the Kremlin // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20190605/1555301732.html> (date of access: 06/05/2019)
194. Russia and China will sign about 30 documents during the visit of Xi Jinping // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20190604/1555251707.html> (date of access: 06/04/2019)
195. Chinese President Xi Jinping will visit Russia on June 5-7 // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20190529/1555051769.html> (date of access: 05/29/2019)
196. Miller: "Western route" is a priority project for the work of the Russian Federation and China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20141109/1032417907.html> (date of access: 09.11.2014)
197. Putin called unilateral sanctions a manifestation of protectionism // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20190426/1553065374.html> (date of access: 04/26/2019)
198. China proposed a Chinese-Mongolian-Russian economic corridor // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20150402/1056051553.html> (date of access: 04/02/2015)
199. The Russian Federation plans to agree on the supply of fuel for nuclear power plants to China by the end of the year // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20181201/1536931616.html> (date of access: 12/01/2018)
200. Novak spoke about the growth in energy supplies to China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20181201/1536931535.html> (date of access: 12/01/2018)
201. VEB and the State Development Bank of China signed a loan agreement // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20180911/1528292275.html> (date of access: 09/11/2018)
202. Putin announced the growth of trade turnover with China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20211013/kitay-1754405129.html> (Accessed: 10/13/2021)
203. Meeting between Vladimir Putin and Xi Jinping "on the sidelines" of BRICS // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20191113/1560893176.html> (date of access: 11/13/2019)
204. Russia and China agreed on the organization of cargo transportation // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20180608/1522353873.html> (date of access: 06/08/2018)
205. YotaPhone 3 was presented at the Russian-Chinese EXPO in Harbin // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20170616/1496648706.html> (date of access: 06/16/2017)
206. Putin supported the One Belt, One Road project // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20170515/1494278134.html> (date of access: 05/15/2017)
207. China calls on Russia to intensify the development of a free trade zone in the Asia-Pacific Region // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20161120/1481734776.html> (date of access: 12/20/2016)
208. Russian ice cream producers increase supplies to China // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20200603/1572418367.html> (date of access: 06/03/2020)
209. A fair of Chinese investments with the participation of Russian regions has opened in Beijing // RIA Novosti (website). URL: <https://ria.ru/20161020/1479604550.html> (date of access: 10/20/2016)

210. China's Five Points for the G20 // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2021/11/11/si-czinpin-prizval-k-istinnomu-multilateralizmu.html> (date of access: 11/11/2021)
211. China has embarked on a "green" economy // "Rossiyskaya Gazeta" (website). URL: <https://rg.ru/2021/06/09/kitaj-planiruet-dostignut-uglerodnoj-nejtralnosti-k-2060-godu.html> (Date of access: 06/09/2021)
212. Atom in power The leaders of Russia and China launched the construction of new units at two nuclear power plants // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2021/05/19/lidery-rossii-i-kitaia-dali-start-stroitelstvu-novyh-blokov-dvuh-aes.html> (Date of access: 05/19/2021)
213. Open economy Xi Jinping called for building a common future for the whole world // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2018/06/21/si-czinpin-prizval-stroit-obshchee-budushchee-dlia-vsego-mira.html> (Date of access: 06/21/2018)
214. Putin and Xi Jinping will open the construction of new units of two nuclear power plants in China // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2021/05/18/lidery-rossii-i-krn-primut-uchastie-v-zapuske-stroitelstva-atomnogo-obekta.html> (date of access: 05/18/2021)
215. A river named Silasibiri from Russia to China rushed a new river // "Rossiyskaya Gazeta" (website). URL: <https://rg.ru/2019/12/02/reg-ufo/lidery-rossii-i-kitaia-priniali-uchastie-v-zapuske-gazoprovoda-sila-sibiri.html> (date of access: 02.12.2019)
216. Putin announced that relations between Russia and China have reached the highest level // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2021/05/19/putin-obiavil-o-vyhode-otnoshenij-rossii-i-kitaia-na-samyj-vysokij-uroven.html> (Date of access: 05/19/2021)
217. Visiting the Incas, Vladimir Putin held talks with leaders on the sidelines of the APEC summit // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2016/11/20/putin-provel-peregovory-s-mirovymi-liderami-na-poliah-sammita-ates.html> (Date of access: 11/20/2016)
218. Trade is growing China's WEF agenda is diverse // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2019/09/03/reg-dfo/chem-zajmetsia-kitajskaja-delegaciia-na-vef.html> (Date of access: 09/03/2019)
219. The first full-cycle Chinese auto production in the Russian Federation appeared in the Central Federal District // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2019/06/11/reg-cfo/pod-tuloj-otkrylsia-kitajskij-avtozavod.html> (Date of access: 06/11/2019)
220. Xi Jinping will take part in SPIEF-2019 // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2019/05/29/si-czinpin-primet-uchastie-v-workote-pmef-2019.html> (date of access: 05/29/2019)
221. Putin called on the international community to work out a response against sanctions // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2019/04/26/putin-prizval-mezhdunarodnoe-soobshchestvo-vyrabotat-answer-protiv-sankcij.html> (Date of access: 04/26/2019)
222. From China to Earth Leaders of Russia and China agreed to expand the geography of cooperation // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2018/09/11/rossiia-i-kitaj-dogovorilis-rasshriat-geografiu-sotrudnichestva.html> (Date of access: 09/11/2018)
223. Putin met with Xi Jinping for the third time in a year // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2019/11/13/putin-v-tretij-raz-za-god-vstretilsia-s-si-czinpinom.html> (Date of access: 11/13/2019)
224. Russia and China signed a memorandum on the creation of a lunar station // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2021/03/09/rossiia-i-kitaj-podpisali-memorandum-o-sozdanii-lunnoj-stancii.html> (Date of access: 09/03/2021)
225. Belt and Putin Vladimir Putin took part in the One Belt, One Road forum and made statements on topical issues // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2019/04/28/putin-iniciativa-odin-poias-odin-put-imeet-horoshee-budushchee.html> (Date of access: 04/28/2019)
226. Xi Jinping spoke for the first time about ways to create a community of common destiny in the Asia-Pacific Region // Rossiyskaya Gazeta (website). URL: <https://rg.ru/2020/11/21/si-czinpin->

- vpervye-rasskazal-o-sposobah-sozdaniia-soobshchestva-edinoj-sudby-v-atr.html (Date of access: 11/21/2020)
227. Kurgan region will start supplying wheat to China by autumn 2019 // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ural-news/6712235> (date of access: 07/29/2019)
228. China will join the Digital Economy Partnership Agreement // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/12807365> (date of access: 30.10.2021)
229. China intends to fulfill its obligations to achieve carbon neutrality by 2060 // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/12807853> (date of access: 10/30/2021)
230. Putin said that the creation of AUKUS undermines regional stability // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/12658407> (date of access: 10/14/2021)
231. Putin in a telegram to Xi Jinping expressed confidence in building up cooperation // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/12552781> (date of access: 01.10.2021)
232. Xi Jinping considers cooperation with Russia in the nuclear sector a priority // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/11411559> (date of access: 05/19/2021)
233. Putin and Xi Jinping launched the construction of new power units at two nuclear power plants in China // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/11411009> (date of access: 05/19/2021)
234. Xi Jinping proposed to create a more open system of global energy management // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/11410969> (date of access: 05/19/2021)
235. Putin and Xi Jinping will launch the construction of new nuclear power plants in China // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/11407251> (date of access: 05/19/2021)
236. Putin and Xi Jinping will take part in the ceremony of the beginning of the construction of a nuclear facility on May 19 // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/11397005> (date of access: 05/18/2021)
237. Miller called the "Power of Siberia" the core of the development of the gas transmission system of the east of Russia // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7294621> (date of access: 12/8/2019)
238. Russia began gas supplies to China via the Power of Siberia gas pipeline // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7242223> (date of access: 02.12.2019)
239. Xi Jinping urged to ensure the safety, reliability and environmental friendliness of the "Power of Siberia" // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/7242187> (date of access: 02.12.2019)
240. How the Power of Siberia gas pipeline is arranged and what its launch will give // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7241029> (date of access: 02.12.2019)
241. Putin and Xi Jinping will launch the Power of Siberia gas pipeline via teleconference // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7239417> (date of access: 02.12.2019)
242. Putin and Xi Jinping will open Russian gas supplies through Power of Siberia on December 2 // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7228719> (date of access: 11/29/2019)
243. Gazprom is fully prepared to supply gas to China // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7225837> (date of access: 11/29/2019)
244. Putin and Xi Jinping will take part in the launch of the "Power of Siberia" // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7192527> (date of access: 11/25/2019)
245. The Kremlin is preparing a teleconference for the leaders of the Russian Federation and China to take part in the launch of the "Power of Siberia" // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7160187> (date of access: 11/20/2019)
246. The Chinese Foreign Ministry called the "Power of Siberia" a strategic project for cooperation between China and Russia // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7103830> (date of access: 11/12/2019)
247. Putin and Xi Jinping will launch Power of Siberia via teleconference in December // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/7101572> (date of access: 11/11/2019)
248. Putin: The Russian Federation and China are implementing all plans for cooperation in various

- fields ahead of time // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/6927062> (date of access: 09/25/2019)
249. Putin hopes to meet with the PRC chairman at the BRICS and APEC summits in November // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/6900499> (date of access: 09/18/2019)
250. Lavrov: Russia and China have begun implementing the tasks of the June statement of Putin and Xi Jinping // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/6881579> (date of access: 09/13/2019)
251. Putin noted China's contribution to the economic development of the Russian Far East // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6846478> (date of access: 09/05/2019)
252. The Center for Chinese Studies was opened at FEFU on Russky Island // TASS (website). URL: <https://nauka.tass.ru/nauka/6840702> (date of access: 09/04/2019)
253. The Center for the Study of China will open on the basis of the Far Eastern Federal University // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/obschestvo/6834696> (date of access: 09/03/2019)
254. PRC Ambassador: China and Russia intend to achieve a trade turnover of \$200 billion by 2024 // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6761153> (date of access: 08/14/2019)
255. China will send a high-level delegation to the WEF // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/6787127> (date of access: 22.08.2019)
256. The Kurgan region is interested in the supply of crops to China // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/ural-news/6560614> (date of access: 06/18/2019)
257. Huawei can install the Russian operating system on its smartphones // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6537125> (date of access: 06/11/2019)
258. The opening of the Haval plant in Tula serves as an incentive to strengthen cooperation between China and Russia // TASS (website). URL: <https://tass.ru/press-relizy/6524524> (date of access: 06/07/2019)
259. Moscow and Beijing agreed on the construction of several power units designed by the Russian Federation // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6524025> (date of access: 06/07/2019)
260. Meeting of Putin and Xi Jinping with participants of the II Russian-Chinese Energy Forum // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6522213> (date of access: 06/07/2019)
261. Medvedev and Xi Jinping will discuss trade and economic cooperation between Russia and China // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6513442> (date of access: 06/06/2019)
262. Putin at SPIEF will meet with a number of leaders, heads of world news agencies and investors // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6513437> (date of access: 06/06/2019)
263. Russia and China signed a memorandum on the creation of a \$1 billion venture fund // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6513419> (date of access: 06/06/2019)
264. Putin and Xi Jinping inspected Haval SUVs and left the Kremlin in an Aurus limousine // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/6513026> (date of access: 06/06/2019)
265. Russia and China oppose currency blackmail on the international market // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/6512778> (date of access: 06/06/2019)
266. Putin and Xi Jinping adopted statements on the partnership between Russia and China and on international issues // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/6511921> (date of access: 06/05/2019)
267. MTS and Huawei signed an agreement on the development of 5G in Russia // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6512073> (date of access: 06/06/2019)
268. Russia and China will create a \$1 billion science and technology innovation fund // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6511955> (date of access: 06/05/2019)
269. Putin: the high level of relations between Russia and China gives effective competitive advantages // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/6511016> (date of access: 06/05/2019)
270. Putin and Xi Jinping will get acquainted with the machines of the Russian Great Wall plant on June 5 // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6506643> (date of access: 06/04/2019)
271. During Xi Jinping's state visit to Russia, it is planned to sign a package of 30 documents //

- TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6506733> (date of access: 06/04/2019)
272. Peskov: Putin is preparing for a speech at the SPIEF and negotiations with the chairman of China // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/6501388> (date of access: 06/03/2019)
273. China and Russia will sign about 30 documents during Xi Jinping's visit to Russia // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/6487482> (date of access: 05/30/2019)
274. Putin proposed to continue the unification of economic policy in the EAEU // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6483369> (date of access: 05/29/2019)
275. Xi Jinping will pay a visit to Russia and take part in SPIEF // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/6482995> (date of access: 05/29/2019)
276. . Miller: "Western" route of gas supplies to China will become the most promising corridor // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6386720> (date of access: 04/28/2019)
277. Putin: the international community must work out a response to manifestations of protectionism // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6379414> (date of access: 04/26/2019)
278. Xi Jinping called for accelerating the creation of an economic corridor China - Mongolia - Russia // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6376830> (date of access: 04/25/2019)
279. China welcomes Putin's visit to Beijing and his participation in the Belt and Road Forum // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/6374752> (date of access: 04/25/2019)
280. Putin expects that the agreement between the EAEU and the PRC will enter into force in the coming months // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6373817> (date of access: 04/25/2019)
281. New technologies and access to global markets will be the main topics of SPIEF-2019 // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6507097> (date of access: 06/04/2019)
282. Lavrov highly appreciated the prospects for cooperation between Russia and China in the economic sphere // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/6004912> (date of access: 01/16/2019)
283. Russia and China discussed joint preparations for business events in 2019 // TASS (website). URL: <https://tass.ru/novosti-partnerov/5962131> (date of access: 12/28/2018)
284. Novak expects to conclude a contract for the supply of fuel for nuclear power plants to China by the end of the year // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5858747> (date of access: 12/01/2018)
285. Novak: deliveries of Russian coal to China will grow by 8.4% at the end of the year // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5858726> (date of access: 12/01/2018)
286. Putin invited Xi Jinping to become the main guest at SPIEF // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5858435> (date of access: 12/01/2018)
287. The PRC declared its readiness to bring energy cooperation with Russia to a new height // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5848929> (date of access: 11/29/2018)
288. Medvedev urged the Russian Federation and China to protect existing trade regimes // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5756507> (date of access: 05.11.2018)
289. China highly appreciated the proposal of the Russian Federation to participate in the projects of the Northern Sea Route // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5694434> (date of access: 10/19/2018)
290. Putin said that the Russian Federation will occupy the trade niches in the PRC that have been freed from the United States // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5691339> (date of access: 10/18/2018)
291. Growth in Gazprom's deliveries to the PRC through the Power of Siberia may amount to 5-10 billion cubic meters. m per year // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5638253> (date of access: 04.10.2018)
292. "Gazprom" and China intensified negotiations on the "western route" // "TASS" (website).

- URL: <https://tass.ru/ekonomika/5637410> (date of access: 04.10.2018)
293. Putin: Russia and China can reach new frontiers of cooperation with more ambitious goals // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/5577900> (date of access: 09/18/2018)
294. Investments, offshore, cooperation with neighbors. VEF-2018 opened in Vladivostok // TASS (website). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5551225> (date of access: 09/11/2018)Товарооборот
295. Khabarovsk Territory and China for six months amounted to \$ 1 billion // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5551172> (date of access: 09/11/2018)
296. Putin: Moscow counts on the expansion of air communication between China and Russian regions // TASS (website). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5550968> (date of access: 09/11/2018)
297. The China Development Bank will provide VEB with a loan of up to 12 billion yuan // TASS (website). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5550701> (date of access: 09/11/2018)
298. VEB and the China Development Bank signed an agreement to provide a loan of 12 billion yuan // TASS (website). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5550488> (date of access: 09/11/2018)
299. Putin will hold talks with the leader of the PRC, meet with businessmen and visit the Zvezda plant // TASS (website). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5547680> (date of access: 09/11/2018)
300. Russia and China will sign documents on cooperation within the WEF // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5533885> (date of access: 09/07/2018)
301. The Russian Federation and China at the WEF will sign a program of cooperation between the Far East and the Northeast of the PRC // TASS (website). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5475609> (date of access: 08/21/2018)
302. In China, they believe that economic relations between Moscow and Beijing are increasing in volume // TASS (website). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5460869> (date of access: 08/15/2018)
303. Putin hopes that the Russian Federation and China will reach the trade turnover of \$100 billion this year // TASS (website). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5460833> (date of access: 08/15/2018)
304. Putin meets with Xi Jinping on the sidelines of the BRICS summit in South Africa // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/politika/5407274> (date of access: 07/27/2018)
305. Putin assessed the results of his visit to China // TASS (website). URL: <https://tass.ru/vef-2018/articles/5280999> (date of access: 06/10/2018)
306. Russian Railways and Chinese Railways signed a memorandum on high-speed railway transportation // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5276212> (date of access: 06/08/2018)
307. The Russian Federation and China signed an agreement on international road transport // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5275158> (date of access: 06/08/2018)
308. The State Development Bank of China will provide VEB with 600 billion rubles. for joint projects // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5275338> (date of access: 06/08/2018)
309. Roskosmos signed a memorandum of cooperation with China in the exploration of the Moon and deep space // TASS (website). URL: <https://tass.ru/kosmos/5275168> (date of access: 06/08/2018)
310. Putin expressed confidence in the achievability of \$100 billion a year trade turnover with China // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/5237254> (date of access: 05/26/2018)
311. Meetings of the Supreme Eurasian Economic Council. Dossier // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/info/5197087> (date of access: 05/14/2018)
312. Ministry of Foreign Affairs of the People's Republic of China: under the leadership of Putin, Russia will achieve new successes in economic development // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/5180520> (date of access: 05/07/2018)
313. Putin hopes that the Russian Federation and China will continue to strengthen friendship and economic ties // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/5099131> (date of access: 04/05/2018)

314. Hundreds of events will be held as part of the Years of Interregional Cooperation between Russia and China // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/4951935> (date of access: 02/13/2018)
315. Vice-premiers of the Russian Federation and China discussed trade, investment and infrastructure cooperation // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4936010> (date of access: 02/07/2018)
316. Trade between Russia and China may reach \$66 billion in 2017 // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4770060> (date of access: 11/29/2017)
317. PRC Ambassador: Russia has become a key partner of China in the framework of the One Belt, One Road initiative // TASS (website). URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/4727132> (date of access: 11/14/2017)
318. Russia and Mongolia will sign a program to create an economic corridor in 2018 // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4538469> (date of access: 09/06/2017)
319. Investments, security and the fight against corruption were discussed at the BRICS summit // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4530910> (date of access: 09/04/2017)
320. MAI students will be trained in Shanghai for a joint wide-body aircraft project // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4529990> (date of access: 09/04/2017)
321. The BRICS summit in China continued to work in an expanded format // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4528970> (date of access: 09/04/2017)
322. BRICS leaders gathered for the first session of the summit in Xiamen // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4528912> (date of access: 09/04/2017)
323. The Russian Federation and China plan to produce at least 200 heavy helicopters of a joint project // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4520897> (date of access: 08/31/2017)
324. A Chinese-French company can create a pilot seat for a Russian-Chinese aircraft // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4471337> (date of access: 08/09/2017)
325. Chinese CEFC will receive an option to purchase a stake in Rosneft's retail business // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4386923> (date of access: 07/04/2017)
326. "Sinara" and the Chinese CRRC agreed to establish a joint venture for the production of trains for high-speed lines // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4386902> (date of access: 07/04/2017)
327. Putin and Xi Jinping discussed international issues, political interaction, military-technical cooperation // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/4386169> (date of access: 07/04/2017)
328. Xi Jinping: trade and economic relations between China and the Russian Federation have huge potential // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4381931> (date of access: 07/03/2017)
329. Chinese Foreign Ministry: during Xi Jinping's visit to Russia, the parties will sign contracts worth \$10 billion // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4373242> (date of access: 06/29/2017)
330. Xi Jinping will visit the Russian Federation on July 3-4, will discuss with Putin the whole complex of cooperation // TASS (website). URL: <https://tass.ru/politika/4372195> (date of access: 06/28/2017)
331. The Russian-Chinese EXPO ended in Harbin // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4347976> (date of access: 06/19/2017)
332. The presentation of YotaPhone 3 ended the second day of the Russian-Chinese EXPO in Harbin // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4344312> (date of access: 06/17/2017)
333. Third countries may be involved in the development of the Russian-Chinese liner // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4340086> (date of access: 06/15/2017)
334. Putin: the One Belt - One Road project brings stability to the world economy // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4252211> (date of access: 05/15/2017)
335. Xi Jinping called for promoting liberalization in trade and investment // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4251337> (date of access: 05/15/2017)

336. Putin urged Li Keqiang to maintain the growth trend in trade and economic relations between the Russian Federation and China // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4250615> (date of access: 05/14/2017)
337. International Economic Forum "One Belt - One Road" opens in Beijing // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4249983> (date of access: 05/14/2017)
338. Rogozin: the negative trend in trade between the Russian Federation and China has been reversed // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4135861> (date of access: 03/29/2017)
339. The Ministry of Economic Development and Market Participants Criticized FAS Claims to Large Concessions // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/4066392> (date of access: 03.03.2017)
340. Glavgosexpertiza approved the construction of a bridge across the Amur between the Russian Federation and China // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3974503> (date of access: 01/26/2017)
341. Xi Jinping: Russia and China should promote the creation of a free trade zone in the Asia-Pacific Region // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3798355> (date of access: 11/20/2016)
342. Innovation infrastructure in Greater Eurasia // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3715571> (date of access: 10/19/2016)
343. Deliveries of Russian ice cream to China rose sharply after Putin's gift to Xi Jinping // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3659468> (date of access: 09/28/2016)
344. The Russian Federation, China and Mongolia will sign an agreement on the creation of a transport corridor before the end of the year // "TASS" (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3659019> (date of access: 09/28/2016)
345. Russia is exploring the possibility of exporting ice cream to China through the Alibaba platform // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3599323> (date of access: 09/07/2016)
346. Representatives of more than 20 Russian regions will take part in an investment fair in China // TASS (website). URL: <https://tass.ru/ekonomika/3636739> (date of access: 20.09.2016)

Under foreign influence media¹²

347. Gazprom began gas supplies to China // "Echo of Moscow"³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20191202184716/https://echo.msk.ru/news/2547453-echo.html> (Date of access: 02/12/2019)
348. "Gazprom" launched the "Power of Siberia" in China, and "Rostec" will create a helicopter operator // "Echo of Moscow"³ (website). URL: https://web.archive.org/web/20191203154247/https://echo.msk.ru/blog/business_today/2547587-echo/ (Date of access: 02/12/2019)
349. Russia and China launched the Power of Siberia gas pipeline // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20191202184501/https://echo.msk.ru/news/2547363-echo.html> (Date of access: 02/12/2019)
350. Vladimir Putin and Xi Jinping launched Russian gas supplies to China via the Power of Siberia gas pipeline // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20191202164651/https://echo.msk.ru/news/2547307-echo.html> (Date of access: 02/12/2019)
351. Huawei may switch to the Russian operating system Aurora // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20190611083150/https://echo.msk.ru/news/2443203-echo.html> (Date of access: 11/06/2019)
352. Putin: Russia and China will develop the use of national currencies in bilateral trade // "Echo of Moscow"³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20220302185019/https://echo.msk.ru/news/2439717-echo.html> (Date of access: 05/06/2019)

353. Putin and Xi Jinping launched the construction of new power units at two nuclear power plants in China via videoconference // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20210519171459/https://echo.msk.ru/news/2840792-echo.html> (date of access: 05/19/2021)
354. The leaders of Russia and China today will launch a new project in nuclear energy // "Echo of Moscow"³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20210518053742/https://echo.msk.ru/news/2839838-echo.html> (date of access: 05/18/2021)
355. The leaders of Russia and China, as reported in Beijing, will launch a joint nuclear project tomorrow // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20210623014318/https://echo.msk.ru/news/2839798-echo.html> (date of access: 05/18/2021)
356. The President of the People's Republic of China congratulated the workers of the aerospace industry on the successful landing of the first Chinese rover on Mars // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20210515075006/https://echo.msk.ru/news/2838346-echo.html> (Date of access: 05/15/2021)
357. The Russian authorities demanded to purchase domestic tablets instead of Chinese ones for the census // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20191219173259/https://echo.msk.ru/news/2557177-echo.html> (Date of access: 12/19/2019)
358. Russia will supply wheat and possibly fresh water to China // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20160505231602/http://echo.msk.ru:80/news/1758726-echo.html> (Date of access: 05/03/2016)
359. Market entry of a new, third model of the Russian smartphone Iota-fon is delayed // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20170314133527/http://echo.msk.ru/news/1944214-echo.html> (date of access: 03/14/2017)
360. Head of CEFC energy company Ye Jianming detained in China // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20180302170050/https://echo.msk.ru/news/2157670-echo.html> (Date of access: 03/02/2017)
361. Russia temporarily banned the import of citrus fruits from China // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20191231025946/https://echo.msk.ru/news/2563353-echo.html> (Date of access: 12/31/2019)
362. Rosselkhoz nadzor banned the import of certain types of fish and shrimp from China // Echo Moskv³ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20191231191421/https://echo.msk.ru/news/2563763-echo.html> (Date of access: 12/31/2019)
363. Putin invited large Chinese business to the Far Eastern Economic Forum // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20150711170623/https://tvrain.ru/news/putin_priglasil_krupnyj_kitajskij_biznes_na_dalnev-390661/ (Date of access: 08/07/2015)
364. Russia and China signed a memorandum on gas supplies through Altai // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20150420203722/https://tvrain.ru/news/rossija_i_kitaj_podpisali_memorandum_o_postavkah_gaza_cherez_altaj-377823/ (date of access: 09/11/2014)
365. Nuclear alliance of Russia and China: why Putin and Xi Jinping need new nuclear projects // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220428220009/https://tvrain.ru/teleshov/here_and_now/jadernyj_sojuz_rossii_i_kitaja-530245/ (date of access: 05/19/2021)
366. Putin invited large Chinese business to the Far Eastern Economic Forum // Dozhd⁴(website).

- https://web.archive.org/web/20220320174120/https://tvrain.ru/news/putin_priglasil_krupnyj_kitajskij_biznes_na_dalnev-390661/ (date of access: 08/07/2015)
367. The trade turnover between Russia and China will double // "Dozhd"⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220909160415/https://tvrain.ru/news/tovarooborot_rossii_i_kitaja_u_velichitsja_vdvoe-368909/ (date of access: 05/21/2014)
368. Gazprom and Chinese CNPC signed a contract on gas supplies to China // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220909160628/https://tvrain.ru/news/gazprom_podpisal_kontrakt_o_postavkah_gaza_v_kitaj-368728/ (date of access: 05/21/2014)
369. The head of Russian Railways was hospitalized in China // Dozhd⁴ (website). URL: <https://web.archive.org/web/20220321231448/https://tvrain.ru/news/gospitalizirovali-434666/> (date of access: 05/15/2017)
370. The Bell: Android in Huawei smartphones can be replaced by the Russian Aurora // Dozhd⁴(website). URL: https://web.archive.org/web/20220427171620/https://tvrain.ru/news/the_bell_android_v_smartfona_h_huawei_mozhet_smenit_rossijskaja_avrora-487444/ (accessed 11.06.2019)
371. "These guys are betting on autocracy": Biden spoke about Putin, Xi Jinping and Nord Stream 2 // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220430060139/https://tvrain.ru/teleshov/večernee_shou/biden-534509/ (Accessed: 07/22/2021)
372. Reuters: Russia may purchase 360,000 tablets from Huawei for the census // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220317075858/https://tvrain.ru/news/reuters_rossija_mozhet_zakupit_u_huawei_360_tysjach_planshetov_dlja_perepisi_naselenija-492288/ (date of access: 08/26/2019)
373. Russia will join the Asian Infrastructure Investment Bank // Dozhd⁴(website). URL: https://web.archive.org/web/20220319191409/https://tvrain.ru/news/rossija_prisoedinit_sja_k_aziatskomu_banku_infrastrukturnyh_investitsij-384699/ (Date of access: 03/28/2015)
374. China postponed the signing of a gas contract with Russia // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220319192547/https://tvrain.ru/news/kitaj_otlozhit_podpisanie_gazovogo_kontrakta_s_rossiej-368719/ (date of access: 05/21/2014)
375. Reuters: Russia may purchase 360,000 tablets from Huawei for the census // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220319002500/https://tvrain.ru/news/reuters_rossija_mozhet_zakupit_u_huawei_360_tysjach_planshetov_dlja_perepisi_naselenija-492288/ (Accessed 26.08.2019)
376. Putin played the piano while waiting for a meeting with the Chairman of the People's Republic of China // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220315062813/https://tvrain.ru/teleshov/videooftheday/putin_royal-434571/ (date of access: 05/14/2017)
377. Putin invited large Chinese business to the Far Eastern Economic Forum // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220320174120/https://tvrain.ru/news/putin_priglasil_krupnyj_kitajskij_biznes_na_dalnev-390661/ (date of access: 07/08/2015)
378. How Russian companies are trying to get Chinese money // Dozhd⁴(website). URL: https://web.archive.org/web/20220809105116/https://tvrain.ru/teleshov/vedomosti_na_dozhde/kak_rossijskie_kompanii_pytajutsja_poluchit_kitajskije-387200/ (Accessed: 05/12/2015)
379. Leonid Grigoriev, Head of the Department of World Economy at the Higher School of Economics: The very fact of signing a contract with China is more important than gas prices // Dozhd⁴ (website). URL: https://web.archive.org/web/20220307211722/https://tvrain.ru/teleshov/here_and_now/leonid_grigoriev_zavkafedroj_mirovoj_ekonomiki_vshe_sam_fakt_podpisanija_kontrakta_s_kitaem_vazhnee_t

seny_na_gaz-368735/ (accessed :21.05.2014)

SYMBOLS USED

¹ It should be noted that the studied media, which are under foreign influence and violate the current legislation of the Russian Federation, are Dozhd TV Channel⁴ and Echo Moskvyy³.

As examples, we selected news from the Dozhd⁴ website until 2020, from the Echo Moskvyy website³ until 2021.

The Dozhd TV channel⁴ has been included in the register (number 248) of foreign agents since August 20, 2021 (reestr-inostrannyih-agents-30062023_3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru)), since 2022 it has been blocked for violations of the legislation of the Russian Federation (<https://tass.ru/obschestvo/16681685?ysclid=ljye1pban2210098347>;

<https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/mass-media/news?item=72091859>).

The editor-in-chief of Echo Moskvyy³, A. A. Venediktov, has been included in the register (number 369) of foreign agents since April 22, 2022 (reestr-inostrannyih-agentov-30062023_3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru)). But the Echo Moskvyy³ information resource itself was not recognized by a foreign agent. Access to the Echo Moskvyy³ resource has been limited since 2022 due to violations of Russian law. See <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/search?article=72091859> <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74112.htm>;

<https://tass.ru/obschestvo/13922993?ysclid=ljqxska6v889368406>. It should be noted that although Echo Moskvyy³ was not recognized as a foreign agent, its editor-in-chief and collaborators (for example, A.V. Plyushchev, registry number 462, etc.) were recognized as foreign agents, therefore this publication is under foreign influence.

² Here it is necessary to pay attention to the fact that in our work the studied media that are under foreign influence (“Echo of Moscow”³ and “Rain”⁴) violate the legislation of the Russian Federation, and the media that are not under foreign influence (“RIA Novosti” , “Tass”, “Rossiyskaya Gazeta”), comply with the legislation of the Russian Federation.

³ The news we studied was published on the Echo Moskvyy website³ until 2021. The editor-in-chief of the Echo Moskvyy radio station³ (1998–2022) has been included in the register of foreign agents since April 22, 2022 (number 369). See reestr-inostrannyih-agentov-30062023_3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru). But the Echo Moskvyy³ information resource itself was not recognized by a foreign agent. Access to the Echo Moskvyy³ resource has been limited since 2022 due to violations of Russian law. See <https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/search?article=72091859> <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74112.htm>;

<https://tass.ru/obschestvo/13922993?ysclid=ljqxska6v889368406>. It should be noted that although Echo Moskvyy³ was not recognized as a foreign agent, its editor-in-chief and collaborators (for example, A.V. Plyushchev, registry number 462, etc.) were recognized as foreign agents, therefore this publication is under foreign influence.

⁴ We have selected news for research from the Dozhd website⁴ until 2020.

The Dozhd TV channel⁴ has been included in the register (number 248) of foreign agents since August 20, 2021 (reestr-inostrannyih-agents-30062023_3Y0ErOJ.pdf (minjust.gov.ru)), since 2022: blocked for violations of the legislation of the Russian Federation (<https://tass.ru/obschestvo/16681685?ysclid=ljye1pban2210098347>;

<https://epp.genproc.gov.ru/web/gprf/mass-media/news?item=72091859>).

⁵ The Russian translation of the work “On the difference in the structure of human languages and its influence on the spiritual development of mankind” was republished in 1984. This reprint is cited

hereinafter.

⁶ The Russian translation of the work "Course of General Linguistics" was republished in 1998. This reissue is cited hereinafter.

⁷ L.V. Scherba's article "On the Triple Aspect of Linguistic Phenomena and on Experiment in Linguistics" was first published in 1931. Hereinafter we refer to the 1974 reprint.

⁸ E. Coseriu's monograph "Synchrony, Diachrony and History" was first published in 1958. The Russian translation came out in 1963.

⁹ On June 28, 2023, the Prosecutor General's Office of the Russian Federation decided to recognize the activities of the Novaya Gazeta publication as undesirable on the territory of the Russian Federation. Here we only mentioned this organization with an indication of its status, we do not quote the materials created by it.

* It should be noted that our study was carried out from 2019 to 2022. In particular, the selection and analysis of the material was completed until 2021, when the information resources of Echo Moskv³ and Dozhd⁴ were not blocked for violations of the legislation of the Russian Federation. The results of the study published by us in the journals of the Higher Attestation Commission can prove the reality of the materials under study. In accordance with the current legislation of the Russian Federation, this work indicates the current status of these publications in special footnotes.

¹⁰ This message was created by Echo Moskv³, a foreign-influenced media outlet that violates the laws of the Russian Federation, whose editor-in-chief was included in the register of foreign agents in April 2022. The Echo Moskv³ information resource itself was not recognized by a foreign agent. Access to the Echo Moskv³ resource has been limited since 2022 due to violations of Russian law.

¹¹ This message was created by the Dozhd⁴ media outlet, which is under foreign influence and violates the laws of the Russian Federation, and is recognized as a foreign agent, which was included in the register of foreign agents in August 2021. Access to the Dozhd⁴ resource has been limited since 2022 due to violations of Russian law.