

Научная статья

УДК 81'42

doi: 10.17223/19986645/86/5

***Китай, китайцы и китайское* в современной русскоязычной диаспоральной лингвокультуре**

Ольга Вячеславовна Орлова^{1,2}, Ли Чжидань³

¹ *Томский государственный архитектурно-строительный университет, Томск, Россия*

^{2,3} *Томский государственный педагогический университет, Томск, Россия*

^{1,2} *o.orlova13@yandex.ru*

³ *lizhidan@yandex.ru*

Аннотация. Рассматривается специфика лингвокультурной рецепции Китая, китайцев и китайского, а также лингводискурсивные средства ее репрезентации в гипертексте неформальной сетевой коммуникации современной русскоязычной диаспоры Китая. На основе анализа более 5000 контекстов, содержащих этнонимические лексемы с корнем *китай-*, доказывается тезис о том, что по сравнению с образом Китая и китайцев, сложившимся в русскоязычном коллективном сознании, а также формируемым в медиасфере, диаспоральный дискурс значительно расширяет спектр семантико-аксиологических характеристик, связанных с рецепцией и интерпретацией китайской действительности.

Ключевые слова: русскоязычная диаспоральная лингвокультура, сетевой дискурс русскоязычной диаспоры Китая, образ Китая

Для цитирования: Орлова О.В., Ли Ч. *Китай, китайцы и китайское* в современной русскоязычной диаспоральной лингвокультуре // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2023. № 86. С. 66–83. doi: 10.17223/19986645/86/5

Original article

doi: 10.17223/19986645/86/5

***Kitay, kitaytsy and kitayskoe* in contemporary Russian-speaking diaspora linguaculture**

Olga V. Orlova^{1,2}, Li Zhidan³

¹ *Tomsk State University of Architecture and Building, Tomsk, Russian Federation*

^{2,3} *Tomsk State Pedagogical University, Tomsk, Russian Federation*

^{1,2} *o.orlova13@yandex.ru*

³ *lizhidan@yandex.ru*

Abstract. The article deals with the specificity of the linguacultural reception of China, as well as linguadiscursive means of its representation in the hypertext of informal network communication of the modern Russian-speaking diaspora. Based on the

analysis of more than 5,000 contexts containing ethnonymic lexemes with the root *kitay-*, the authors justify the thesis that, compared to the image of China and the Chinese that has developed in the Russian-language collective consciousness and formed in the media sphere, diasporal discourse significantly expands the range of topics and subjects associated with the reception and interpretation of Chinese reality. The ethnonymic adjective *kitayskiy* in diaspora network communication demonstrates high frequency rates and extended syntagmatic compatibility, and performs a set of functions, the main of which are identification and cognitive functions, along with the function of actualization of the details of Chinese domestic and social reality and comparison of Chinese realities with the realities of the native culture. Diaspora discourse also expands the range of word-formation innovations, e.g., the occasionalism *kitayskost'*, not recorded in the Russian language usage. In diaspora discourse, new stereotypes about the Chinese are formed that are not peculiar to the general Russian picture of the world. These include the notion of Chinese competition, which partially replaces the typical idea of the diligence of the Chinese or explains its cause, and the notion of Chinese logic, which is oxymoronic in diaspora communication and serves as a skeptical and ironic reflection of facts and situations that seem far from logical and absurd to Russian-speaking people. Two basic semantic models, which implement the collective perceptions of the Russian-speaking diaspora about China as a whole, are identified: (1) China as a personal challenge and transformation and (2) Love for China/Nostalgia for China. The first one accumulates stories about the difficulties faced by foreigners in China and their overcoming through personal cardinal positive transformations. The second is associated with the expression of sincere feelings of affection and love for another country, its culture and people, as well as longing for China, especially provoked by the impossibility of entering China because of the coronavirus pandemic.

Keywords: Russian-speaking diaspora linguaculture, network discourse of Russian-speaking diaspora of China, image of China

For citation: Orlova, O.V. & Li Zhidan. (2023) *Kitay, kitaytsy and kitayskoe* in contemporary Russian-speaking diaspora linguaculture. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 86. pp. 66–83. (In Russian). doi: 10.17223/19986645/86/5

Образ Китая в российском языковом и общественном сознании: к истории вопроса

Продолжающийся рост присутствия носителей русского языка за рубежом стимулирует внимание к диаспоральным дискурсам и стоящим за ними лингвокультурам в самых разных регионах мира. В 2000-е и особенно в 2010-е гг. с полноценным восстановлением российско-китайских партнерских отношений и значительным увеличением количества русскоязычных в Китае в российской гуманитарной науке активизируется интерес к образу Китая в русском историческом, политическом, религиозном, языковом сознании.

Исследователи отмечают, что уже в конце XIX – начале XX в. «расширение контактов между двумя странами, появление большого количества китайцев сначала на Дальнем Востоке и в Сибири, а затем и по всей России, рост числа русских, работавших и проживавших в Китае, – все это способствовало тому, что формирование образа Китая вышло за рамки элитарной

общественной мысли, становясь достоянием массового сознания» [1. С. 370]. Многочисленная и богатая творческим наследием мастеров слова восточная ветвь русской эмиграции первой половины XX в. закономерно стала объектом филологических исследований образа Китая, запечатленного в художественных и публицистических текстах ее представителей [2–4]. В свою очередь, в XXI в. стимулированная глобализацией, технологизацией и медиатизацией многократная интенсификация двусторонних контактов выдвинула на первый план медиатексты в качестве материала исследований «русского взгляда на Китай» в рамках политологии, культурологии, лингвистики и т.д. [5–8].

Несмотря на то, что восприятие Китая в российском сознании до начала XX столетия называют условным, стереотипно-схематичным [2. С. 21], обусловленным «обывательским любопытством к «экзотическим верованиям» и церемониям «чужой культуры» [1. С. 371], русские литераторы и публицисты в своих произведениях обозначили основные черты китайского народа, ставшие впоследствии типичными в представлении русских о китайцах. Это такие положительные качества, как миролюбие, добродушие, доброжелательность, приветливость, вежливость и особенно – трудолюбие, и отрицательные черты, связанные с исключительными способностями китайцев к торговле: хитрость, лицемерие, скупость, жажда наживы, а также назойливость в проявлении любопытства к иностранцам [1. С. 371–375].

Многочисленную послереволюционную эмиграцию в Китай, сосредоточенную в основном в Харбине, характеризовало то, что «все они жили в Китае как бы в русском «культурном анклав», сохраняя в чистоте родной язык, традиции и вероисповедание» [9. С. 91] (см. также труды Е.А. Оглезневой [10, 11] и др.). Исследователи литературного наследия русских эмигрантов отмечают общность восприятия ими Китая как страны изгнания: «Осознание несходства, непохожести, чуждости китайских реалий вызывает негативные эмоции – страх, тоску, печаль, растерянность». На лексическом уровне это выражается в «эмоционально-окрашенных словах, указывающих на враждебность всего окружающего – людей, природы, даже религии – по отношению к эмигрантам: *И мы – в тоске, за дальним рубежом...* (Т. Андреева. «Родине») [4. С. 117–118]. Отступление от тональности тотальной «чуждости» возможно лишь в границах от «взгляда русского человека, бок о бок находящегося рядом с китайским окружением, но не ассимилирующегося в нем», до «покоя, который даруют пространства и этнокультурные универсалии китайской жизни» [2. С. 11], или чувства невраждебного и даже доброжелательного, но не родного и до конца не принятого, наиболее ярко выраженного в образе Китая как «мачехи ласковой» в поэзии В. Перелешина (см. [3. С. 20]).

Авторы исследований образа Китая в медиатекстах разного типа (печатных СМИ, радио, блогах и др.) солидарны во мнении о в целом позитивном медиаобразе Китая как «страны с уникальной и богатой культурой» [8. С. 12], о преобладающей тенденции представления Китая в СМИ как «сильного государства, серьезного участника политической и экономической

жизни всего мирового сообщества» и страны, «с которой выгодно сотрудничать» [6. С. 7].

Чэн Юйсяо в диссертационной работе «Образ Китая в российских СМИ: лингвокогнитивный аспект» на основе анализа используемых в медиатекстах метафорических средств, с одной стороны, отмечает положительный образ Китая в сфере политики, экономики, а также признание таких качеств китайского народа, как трудолюбие, активность, упорство, дисциплинированность, практичность, расчетливость, с другой – выявляет негативные характеристики образа Китая: «низкое качество товаров и подделки известных брендов». Наряду с этим исследователь выделяет две противопоставленные «доминантные метафорические модели, формирующие образ Китая в сознании русских читателей: «КИТАЙ – ЭТО ЧУДО», «КИТАЙ – ЭТО УГРОЗА» [7. С. 7–8].

Осуществленный в работе В.И. Абрамовой и Ю.В. Архангельской анализ показал, «что в русской языковой картине мира существует два основных этностереотипа, которые отражают представления о Китае и китайцах: 1) <...> сложное, непонятное, странное; 2) плохое, некачественное». В доказательство этих выводов исследователи приводят, в частности, такие выражения, как «китайская грамота – ‘нечто очень непонятное, недоступное пониманию’; китайский разведчик / шпион – ‘очень хитрый, загадочный человек’; китайские церемонии – ‘излишняя, жеманная вежливость’; как до Пекина / Китая раком / пешком – ‘очень далеко’ или ‘очень долго’; как до китайской Пасхи – ‘никогда’» [12. С. 117].

По сравнению с описанным выше наш материал – тексты сетевой диапоральной коммуникации, служащей прежде всего «для получения людьми опыта и знаний для жизни с высоким уровнем неопределенности и проблем в многокультурном <...> обществе» [13. С. 137], демонстрирует намного более широкий и отличающийся разнообразием спектр связанных с обсуждением, восприятием и оценкой Китая, китайцев и китайского семантико-аксиологических характеристик.

Цель, материал и методы исследования

Цель исследования – описать специфику лингвокультурной рецепции Китая, китайцев и китайского, а также лингводискурсивные средства ее репрезентации в гипертексте неформальной сетевой коммуникации современной русскоязычной диаспоры Китая.

Основным материалом исследования стала обширная и ежедневно пополняющаяся сетевая переписка участников открытой группы «Байки лао-вая» (<https://vk.com/cnlaowai>) социальной сети «ВКонтакте». На момент написания статьи в группе, существующей с 2013 г. и презентующей свой контент как *Невыдуманные истории о жизни иностранцев в Китае. Пишем сами!*, насчитывается более 60 тыс. подписчиков и создано более 21 тыс. постов. Посты представляют собой развернутые тексты разной жанрово-те-

матической приуроченности, каждый из которых, как правило, сопровождается многочисленными комментариями участников. Кроме того, к анализу привлекались тексты, размещенные на других интернет-площадках, предназначенных для общения и информирования русскоязычных в Китае и о Китае: материалы Магазеты – интернет-издания о современном Китае (<https://magazeta.com>), блоги на платформах Live Journal и «Восточное полушарие» (<https://china-cat.livejournal.com/13826.html>; <https://radiongz-china.livejournal.com/543208.html> <https://polusharie.com>), фрагменты пользовательской переписки на форуме электронного Большого китайско-русского словаря (<https://bkr.info>) и некоторые другие источники.

Всего с опорой на приемы контекстологического и дискурс-анализа, а также корпусной и количественной лингвистики проанализировано более 5000 контекстов, содержащих этнонимические лексемы с корнем *китай-*.

Ход исследования

Относительное прилагательное *китайский*, образованное по узуальной продуктивной модели и обозначающее «относящийся к Китаю, китайцам, принадлежащий им, произрастающий, обитающий, созданный, изготовленный и т.д. в Китае», в последние годы демонстрирует, по наблюдениям исследователей, «значительную репрезентативность в медийных текстах и расширение его синтагматики» [14. С. 944]. Действительно, укрепление дружественных отношений двух стран и народов во всех сферах общественной жизни значительно способствует увеличению внимания к Китаю, его экономике, политике, культуре в российском медиапространстве. Отсюда и рост частотности употребления этнонимического прилагательного в медиатекстах, и увеличение разнообразия его контекстуальных партнеров.

Однако показатели и репрезентативности, и сочетаемости данного прилагательного в текстах диаспорального дискурса значительно превышают «среднестатистические», характерные для российских медиакommunikаций. Так, в гипертексте сообщества «Байки лаовая» наблюдается 2 424 включения анализируемой лексики на 21 405 постов, в то время как Газетный подкорпус Национального корпуса русского языка содержит 13 215 включений в 2 660 026 документах. К сожалению, статистический инструментарий социальной сети «ВКонтакте» не позволяет вычислить ipm (instances per million words) – число употреблений на миллион слов, но даже обычное соотношение количества словоупотреблений к количеству текстовых единиц, входящих в соответствующие текстовые множества, ярко демонстрирует беспрецедентную значимость для диаспоральной лингвокультуры осмысления и описания всего, связанного со страной пребывания.

Что касается типичной сочетаемости прилагательного, не зафиксированного в «Словаре сочетаемости слов русского языка» под ред. П.Н. Денисова, В.В. Морковкина [15], то, на наш взгляд, наиболее объективные данные может предоставить «Русский ассоциативный словарь» под ред. Ю.Н. Караулова. Размещенный в рамках инициированного Ю.Н. Карауловым проекта

«Информационная система когнитивных экспериментов» электронный вариант «Русского ассоциативного словаря» (<http://thesaurus.ru/dict/>) фиксирует 48 различных реакций на стимул *китайский*, из которых всего 10 не единичных, из которых с более чем двукратным отрывом лидирует реакция *язык* (23), за ней следуют *чай* (11), *фарфор* (9) и *ресторан* (8). Среди единичных реакций также довольно много предсказуемых и легко объяснимых общеизвестными фактами китайской истории и культуры (*иероглифы, император, стена, пагода, монах, рис*) или стереотипными обыденными представлениями о китайском (*баракло, товар, прищур*).

В текстах диаспорального дискурса мы обнаружили более 300 объектов, определяемых прилагательным *китайский*. Подавляющее большинство из них – обычные реалии окружающего иностранца в чужой стране инокультурного мира, который разительно отличается от своего, родного. В данном случае функция этнонимического прилагательного – собственно индентификационно-выделительная. Русскоязычные в Китае пользуются *китайскими банкоматами, магазинами, парикмахерскими*, едят *китайскими палочками китайские продукты: хлеб, колбасу, овощи, фрукты*, в том числе – экзотические, например *китайские куриные лапки*, ездят в *китайских такси, поездах и вагонах*, лечатся *китайскими лекарствами, таблетками и пластырями*, носят *китайские серьги и китайские юбки с китайскими пуговицами* и др.

Если «этноним – это способ оповещения о своей этнической группе» [16. С. 189], то в любом диаспоральном дискурсе этнонимические наименования, связанные со страной проживания, – это способ оповещения на своем языке о собственной диаспоральной, объединенной языком и этнокультурой/этнокультурами группе в ситуации нахождения в иноязыковом и инокультурном окружении, способ адаптации в этом окружении, изучения и освоения этого окружения.

Ярче всего это сочетание идентификационно-выделительной и познавательной функций при использовании этнонимических наименований проявляется в многочисленных текстах, жанр которых можно условно назвать «этнографическими зарисовками»: *Расскажу о своей первой встрече с китайской деревней, вернее не встрече, а виденье. Еду в поезде, глазею в окно, поражаюсь возделанности полей, нет ни клочка не обработанной земли и постоянно мой взгляд попадает на коровники, длинные бетонные здания с малюсенькими окнами-бойницами под самой крышей. О, думаю, сколько у них коров, а вроде бы китайцы молоко не пьют! Потом узнала, что они в таких условиях живут, это жилища.*

Еще один показательный пример – пост под заголовком «Как пахнут китайцы?»: *Я отчетливо помню – когда я несколько лет назад впервые прилетел в Китай, я подумал: «Китай – страна запахов». И это действительно так. Запахи тут – очень другие. Я помню, как запахи меня буквально сбивали с ног, когда я впервые попал на китайский рынок и в китайский супермаркет, когда я впервые пообедал в деревенской «чифаньке» и впервые нюхнул жареного тофу (чифанька – кафе, тофу – соевый творог).*

Авторам, которые обладают незаурядным писательским мастерством, удалось описать ощущение неофита в Китае – отсюда обилие маркеров первичности (обратим внимание, что второй контекст стилистически и ритмически построен на анафористическом повторе наречия *впервые*), передать местный колорит с помощью актуализации бытовых деталей, подчеркнуть интенсивность переживаний и впечатлений, обозначить свою осведомленность об образе жизни китайцев, а также воссоздать постепенность процесса узнавания новой инокультурной реальности с помощью глагольной динамики и обретенное в процессе этого узнавания новое знание. Большинство «этнографических зарисовок» показывают живой интерес их авторов к китайской культуре и быту.

Не только более или менее развернутые этнографические зарисовки, но и диаспоральный дискурс в целом – и посты, и комментарии – изобилуют контекстами (иногда это включение одного высказывания в скобках или подпись под фотографией), в которых актуализируется та или иная присутствующая китайской бытовой или социальной действительности деталь: *Вся жизнь борьба. Островок покоя есть только рядом с китайскими танцующими бабушками* (о повсеместных в Китае организованных танцах на улицах и площадях); *Китайская школьница стоит на коленях перед статуей Конфуция, прося прощения за низкий балл за тест* (подпись под фотографией); *50 человек для китайского класса – это норма; а в китайских вагонах есть такие общественные термосы, чтобы люди могли кипяточку выпить, лапшу заварить* и т.д.

Любознательность, желание узнавать и обсуждать разнообразные сведения о Китае, китайцах и китайском стимулируют членов диаспорального комьюнити коллекционировать факты о китайском вне Китая и на своей родине: *Очень интересно, что в Саратове есть район с названием Тинь-Зинь. Все уже привыкли к этому названию и никто не обращает уже внимания на то, что это название китайское. Оказывается, в древности здесь были китайские торговцы, которые и оставили название в наследство. О как.*

В то же время у членов диаспоральной общественности, чувствующих себя экспертами по Китаю, вызывает скепсис приписывание – в связи с возросшей в последнее время популярностью «всего китайского» – наименования *китайский* различным реалиям в России: *А что это за новый парк в Москве? – Это китайский парк. – Здорово! Но он выглядит совершенно стандартно. Ну-ка, пропустите меня, посмотрю – чем же он такой китайский. – Минуточку, сначала покажите зеленый QR-код и сертификат о шести уколах китайской вакциной. Ведь это – китайский парк!* В данном шутовском диалоге обыгрывается ситуация в Китае, связанная с ограничительными мерами из-за пандемии коронавируса, когда даже в парк разрешается пройти только с зеленым QR-кодом и отметкой о вакцинации.

Прилагательное *китайский* в диаспоральном дискурсе также расширяет свои сочетаемостные возможности за счет оксюморонных по этнокультурному компоненту смысловых коллокаций, когда китайскими обозначаются объекты и субъекты далеких от Китая культур: *Так вот, оказывается, какие*

уши у китайских эльфов!; *Прикольно, китайский Шевичук* (о китайском рок-певце); *Может китайский «левиша» писал*; *Китайский терминатор*; *китайский борец*; *русский текст с китайским вкусом*. Цель таких сочетаний, как правило, объяснить или прокомментировать факт китайской культуры через выделение каких-то черт, особенностей, деталей, которые свойственны собственной, русской или европейской, культуре и являются принадлежностью коллективного информационного тезауруса русскоязычной диаспоры.

Кроме того, отмечено, что в текстах Национального корпуса русского языка, а значит, в актуальном общерусском словоупотреблении, «отсутствует абстрактное существительное с суффиксом *-ость* при наличии в современном языке окказионализмов *русскость*, *немецкость* и других» [14]. Русскоязычный сетевой диаспоральный дискурс восполняет эту лауну: в гипертексте сообщества «Байки лаовая» насчитывается 17 включений этой неолексемы. Данное слово используется в сетевых разговорах об этническом происхождении (*Сегодня 2 раза китайцы спрашивали уж не с Китая ли я? <...> Еще у них есть привычка пристально и долго вглядываться прямо в лицо, может в надежде отыскать явную китайскость; Чтобы добиться признания и положения в китайском обществе, им придется идти на любые подлости и подчеркивать свою «китайскость»* (мнение о судьбе детей из полиэтнических семей в Китае)), а также для описания чего-либо, что, по мнению авторов, обладает типично китайской спецификой: *В этом же дворе напротив костела есть чайная комната, островок китайскости и чайности; Но и в туризме, и в местных развлечениях неизменно ощущается «китайскость»*.

В отношении описанных выше свойственных русской обыденной и медийной картине мира стереотипов о китайцах и китайском, позитивных и негативных, диаспоральный дискурс отличается повышенной сложностью и поливалентностью восприятия китайского мира, что выражается в отступлениях от стереотипов, их детализации или коррекции вплоть до полного отрицания.

Например, известное китайское трудолюбие, почтение к семье и другие качества, приписываемые общественным мнением к положительным, конечно, признаются и подчеркиваются: *Виднелись серенькие китайские фанзы. Они имели уютный вид. Все вокруг носило характер мира, тишины и трудолюбия; Китайский юноша бриллиант! Какое уважение к родным и трудолюбие; китайская дисциплина и трудолюбие; всю свою китайскую усидчивость, напор, внимание и трудолюбие; крестьянские цивилизации с культом трудолюбия и презрением к бездельникам*.

Дежурный и предсказуемый прием в диаспоральных обсуждениях – сопоставление и сравнение своего и китайского, как правило, в пользу последнего: *если говорить усредненно и сильно обобщая, то процент трудолюбия, усердия и некоего равнодушия к критике (справедливой) у китайских детишек выше, чем у российских; Хотелось бы, к примеру, чтобы нас уважали за ум, трудолюбие, достижения в различных специальностях и областях,*

умение легко учиться чему-то новому (тому же китайскому!), ну и прочее, а не только за внешние данные и возможность напиваться в барах; Я все чаще и чаще начинаю благодарить и удивляться работоспособности китайского народа. Они делают ту работу, за ту мизерную цену, что русский бы просто не стал делать, даже с условием того, что у русского нет работы.

Однако встречаются описания более сложных конфигураций, подчеркивающие неоднозначность и амбивалентность китайского характера: *При невероятном трудолюбии (неоплачиваемые переработки по 4–6 часов в день это как бы нормально), они совмещают в себе абсолютный пофигизм и страх брать на себя ответственность за принятие решений.*

Опровержения стереотипа о *пресловутом (Может, пресловутое китайское трудолюбие связано с генетикой?)* китайском трудолюбии сочетают в себе, с одной стороны, повышенный градус эмоциональности, выражающийся в лексике сниженного разговорно-просторечного регистра и оценочных прилагательных в превосходной степени, а с другой, – подчеркнутую аргументированность собственных выводов и логичность изложения: *Насчет китайского трудолюбия – фигня, конечно, древняя и беспонтовая. Такие же раздолбай и тунеядцы, как и все прочие. А вот мотивация у них, при дичайшей внутренней конкуренции, в самом деле мощнейшая, нам такой просто не понять даже. И «трудоустойчивость» из-за этого – тоже удивительная. Но вот трудолюбия никакого нет.*

В этом контексте мы наблюдаем, как в диаспоральном дискурсе, наряду со стереотипом о китайском трудолюбии и частично в противовес ему, формируется неостереотип о китайской конкуренции, которая, по мнению авторов, и является истинной причиной расхожего представления о любви китайцев к труду: *Про трудолюбие это полуправда, окрашенная в позитивный тон. На самом деле для китайского трудолюбия даже есть специальное слово 内卷 (нерациональная конкуренция, бессмысленная конкуренция), по сути они живут в состоянии постоянной конкуренции со всеми, больше всех зарабатывать, иметь самый высший уровень образования и т.д. И они сами от этого отнюдь не в восторге, просто невозможно остановиться в окружении такой дикой конкуренции, иначе тебя сожрут.*

Как видим, коммуниканты используют для описания присущей китайскому социуму конкуренции атрибутивы с семантикой самой высокой степени интенсивности (*дичайшая, мощнейшая, самый высший*): *Конкуренция внутри Китая колоссальна, причем такой она была практически во все эпохи. Китайцы привыкли жить в таких условиях жесткой соревновательности, когда для выживания приходится расталкивать друг друга локтями, придумывать новые способы, красть друг у друга изобретения и инновации.*

Коррекция в сторону детализации и расширения смыслового наполнения традиционного стереотипа о китайцах, расставление оригинальных семантико-аксиологических акцентов свойственны и диаспоральным обсужде-

ниям стереотипа о хитрости китайцев в широком понимании – от относительно безобидной черты характера до предосудительного желания обмануть и смошенничать. Так, ряд рассказов о неприятностях, в которых китайцы обманывали доверие русскоязычных иностранцев, сопровождается лаконичными комментариями: *Китайская хитрость*. В этих рассказах представители диаспоры делятся своими историями и мнениями о специфике далеко не бескорыстного отношения китайцев к проживающим в их стране иностранцам: *люблю Китай, но мне тоже кажется, что там надо быть на страже, когда даже с виду милая китайская бабуленька может облапошить; это <...> китайская хитрость. Они прекрасно понимают, что в этом районе тебе надо квартиру, но вдруг согласишься на другой район; Коллеги предупредили, что надо ноут закрывать, документы прятать, бдительность не терять, они хитрые. В первый же день у меня пропала целая стопка документов, т.е. часть моей работы. И это не хитрость, это наглость!; У меня не помещается в голове, как можно соединить слова китайцы и искренние; Бытовая хитрость, желание получить выгоду за счет другого человека; из всего сделают деньги; корыстная хитрость как положительное качество для китайца; Китай любит деньги. Слова «низко» и «ниже достоинства» в Китае маловероятны, когда дело касается финансов. Любые товарно-финансовые отношения с любым китайцем – это необходимость контролировать все и вся. В приведенных контекстах понятие китайской хитрости уточняется и детализируется через такие качества, как желание обмануть и получить не вполне честную выгоду, неискренность, корыстолюбие, подспудная наглость.*

Через призму клише о хитрости и корыстолюбии китайцев рассматривается возможность настоящей дружбы с ними: *Все мои попытки с кем-то из китайцев просто так дружить заканчивались идеей мне что-нибудь продать; китайцы не умеют дружить; Китайцы умеют дружить. Но только если нет финансовых или деловых пересечений.*

Тональность высказываемых суждений варьируется от нейтрально-объективной до открыто негодующей. Например, открытый протест против проявляемых по отношению к приглашенным в Китай иностранным специалистам «притеснений» выражается в следующем тексте с провокативной коммуникативной доминантой: *Мы все едем работать в Китай учить юные души в не пригодных для учебного процесса условиях, жить в сарае, есть там, где принято у местных, говорить, как принято у местных, не выделяться и ни в коем случае не жаловаться на условия, и уж тем более не обращать внимание на китайскую жадность, хитрость и лицемерие. А когда вам на шею сядут, тупые лаоваи, вы не забывайте ножки их придерживать, чтобы не упали (лаовай – иностранец).*

В текстах с авторской интенцией на спокойное объективное представление своих наблюдений и выводов авторы склонны к аксиологической амбивалентности и предлагают читателям самим определяться с оценочным мнением: *Меня давно уже в Китае ничего не восхищает и не возмущает, это*

слишком эмоциональные глаголы. Скажем так, перечислю некоторые особенности китайского характера и уклада жизни, а уж вам решать, какое отношение к ним – позитивное или негативное – иметь. Итак, эгоцентричность китайцев, их слишком громкая и активная речь (скорее гвалт), сложноразучаемая письменность, лень (зачастую разумная), преобладание матриархата в семьях, их коллективизм и привычка легко вторгаться в личное пространство другого человека, и да, запахи их тела, отличные от наших (что связано с многовековыми особенностями питания), их одновременная наивность и непосредственность в одних моментах и хитрость и напор в других, их отличные от наших, но, в большинстве случаев, обоснованные и продуманные с точки зрения их древней философии национальные системы координат в области этикета, особенно: чавканье, плевок на улице, прилюдное пускание «ветров», отрыжка и ковыряние в носу. Их традиция решать все дела через и во время трапезы в ресторанах, их кумовство и продуманное подхалимство, но одновременно щедрость и гостеприимство.

Как видим, стремление автора к объективности и непредвзятости выражается в объяснении наиболее отличных от привычных русскому человеку характеристик китайского характера и образа жизни фактами китайской истории и культуры при выражении уважения к ним, а также в попытке сохранения баланса с помощью уравнивания отрицательно оцениваемых качеств и свойств положительно оцениваемыми.

Хотя стереотип о китайской хитрости не отвергается и не опровергается диаспоральным сообществом, его негативная семантико-аксиологическая модальность смягчается посредством сопоставления с реалиями российской действительности и качествами русского менталитета. Так, китайской хитрости противопоставляется русская смекалка (*русская смекалка против китайской хитрости; китайского долголетия, но богатырского здоровья; китайской хитрости, но русской смекалки*), а с неприглядных характеристик снимается их «китайская прописка» путем описания подобных явлений в других странах и на родине: *Когда замешаны деньги и бизнес, то в любом уголке мира не будет дружбы. Как будто это особенность Китая; Что в Китае, что в России... Мы так близки по духу; По поводу «истинного лица Китая» – видела и блеск и нищету, все как в любой стране. Уважать правила страны, в которой живешь, – и все в порядке, никаких проблем там у меня не было. «Облапошить» могут абсолютно везде, в России в том числе. И «истинное лицо» России ничем не лучше китайского.*

Среди других качеств, приписываемых китайцам, русскоговорящие в Китае особо выделяют любопытство и непосредственность (*китайцы любопытный народ и у них же все открыто, нет секретов друг от друга; Ещё один забавный случай из серии китайской непосредственности*), особенно по отношению к иностранцам (*Всем, конечно, любопытно поглазеть на иностранцев; Иногда любопытные китайцы подходили узнать мою нац принадлежность*), качеств, которые оцениваются в диапазоне от благожелательного принятия (*заметили добрые любопытные взгляды местных; И оружие, шумные и любопытное китайцы мне ближе, чем европейцы.*

И люблю я китайцев, больше, чем европейцев) до досады и раздражения (Удивительно, но за эти годы я так и не осознал, что китайцы могут рассматривать тебя просто из любопытства; это мне кажется немного назойливым!).

Из характеристик, которые обычно не приписываются китайцам в общерусской этнокультурной картине мира, аутентичной для диаспорального дискурса, можно признать *китайскую логику*, в то время как для слова *логика* в русском узусе не типично сочетание с отэтнонимическими прилагательными, но устойчивым является сочетание *женская логика*, используемое со скептико-иронической интенцией. Полагаем, именно эта интенция и лежит в основе анализируемого неостереотипа о китайцах в диаспоральной лингвокультуре, заключающегося в обозначении китайской логикой любых абсурдных с точки зрения русского человека, но типичных для китайской реальности фактов и ситуаций. Данная фраза частотна в качестве единичной реплики-реакции на описание такой ситуации (*Китайская логика...; Китайская логика не дремлет*). Также для диаспоральной коммуникации характерны умозаключения о несовместимости китайского образа жизни и логики: *У меня логика не срывает по поводу поведения китайцев; Потому что логика и китайцы вещь несовместимая?*

Мнения о несоответствии положения дел в китайской действительности принципам разумности и адекватности приводятся из самых разных сфер: от нюансов бытовой повседневности до обобщений о странностях китайского законодательства и свойствах национального менталитета: *Китайская логика <...> Помню была зима, холод, я в Пекине. Покупаю кофе из ларька, чтоб согреться. Жду его минут 10 в итоге мне протягивают стакан – в нем 50% льда; Как вовремя про логику. Вот вчера сидели в парке на коврике для йоги, к нам подошли работники парка и сказали, что согласно новому закону нельзя сидеть на ковриках для йоги, НО можно сидеть на земле или на пакете. Так как вопрос 'почему' в Китае один из запретных, мы так и не поняли, чем провинился бедный коврик. Пекин, весна, 2022; Интересно, как выглядит процесс отнятия логики на китайской таможне?; Кажись, виной тому китаецентризм в их парадигме мышления. Логика простая – представители китайской империи не должны утруждать себя выявлением отличий вассалов (других азиатов). Есть только китайцы и варвары. Других азиатов нет.*

Как и в случае со стереотипом о китайской хитрости, диаспоральному сообществу в дискурсивном представлении страны проживания свойственно стремление к достижению коммуникативного и семантико-аксиологического баланса, когда негативная оценка черт, в целом характеризующихся отрицательно, отчасти снимается и смягчается через обнаружение этих же недостатков у представителей других народов и у себя самих, а также схожести менталитетов: *А ведь без логики, порой, гораздо легче жить и – не только в Китае!; Логика она как правда – у каждого своя; Что-то сомневаюсь, что русские с собой логику возят; Поняла, что китайский и*

русский менталитеты очень схожи. У россиян с китайцами больше сходств, чем с европейцами или американцами.

Довольно сильно отличаются в диаспоральном дискурсе и основные смысловые модели, реализующие коллективные представления о Китае в целом. Если, как было отмечено выше, современный российский медиадискурс, по мнению исследователей, формирует образ Китая в сознании русских читателей через такие модели, как *Китай – это чудо* и *Китай – это угроза* [7. С. 8], то в сетевой коммуникации русскоязычных, проживающих или проживавших в Китае, можно выделить такие тесно взаимосвязанные смысловые модели, как *Китай – личностное испытание и преображение* и *Любовь к Китаю / ностальгия по Китаю*.

Первая из них выражается через описания трудностей в ситуации пребывания в разительно отличающейся от родной инокультурной среде, когда эта ситуация становится настоящим испытанием на прочность: *неподготовленный организм вообще в Китае ломается один раз и навсегда; Китай точно любого сломать может; По приезде в красках и с эмоциями рассказывала о том, как ужасен Китай, какой же жуткий этот город Шанхай. Ни одной положительной эмоции. Ну да, с девочкой случился Китай, такое часто бывает и не только с девочками.*

Как правило, по сходству со сказочными сюжетами о доблестно прошедших испытания героях, истории о первоначальном неприятии Китая и многочисленных трудностях адаптации к китайской жизни заканчиваются благополучным преодолением этих трудностей и навсегда преображающей личностью обретенной любовью к чужой стране, ее людям и культуре. Так, развернутый пост под заголовком «От ненависти до любви – 5 лет» заканчивается позитивным резюме: *И мне здесь теперь по-настоящему хорошо и комфортно. Полюбить Китай мне понадобилось много времени, но я рада, что это случилось, – и сопровождается такими комментариями виртуальных собеседников: Я возненавидела Шанхай в гораздо более драматичных обстоятельствах... А потом перезагрузилась: по работе он мне был уже вполне комфортным, а позже и привязанность пришла, а может, это и любовь уже; А любовь к Китаю, она такая, начнется, не остановишь...*

Произошедшие личностные изменения, связанные с пребыванием в Китае и познанием Китая, члены диаспоры, как правило, описывают не просто как положительные, но коренным образом трансформировавшие их мировоззрение, в прямом смысле судьбоносные: *Китай это то, что поселяется в тебе и уже не отпускает... После этого ты невольно сравниваешь с ним то, что тебя окружает впоследствии... Китай не оставляет неприятного осадка, и даже неприятности, происходящие там, не воспринимаются как неприятности. Нет негативного послевкусия что ли; Каждый раз сходя с трапа самолета в Китае после каникул я будто возвращалась домой. <...> Это классное ощущение какой-то независимости, открытости и свободы от общественных взглядов. Спасибо Китаю за это большое; Несравненное*

чувство личной безопасности в моем Китае; И я понимаю, что начала исполняться моя мечта – маленький Китай внутри меня освобождается и окружает нас; Очень хорошо понимаю ваши чувства. Китай – это судьба.

Искренняя любовь к Китаю и благодарность этой стране за познанное, увиденное, открытое в окружающей действительности и в себе выражается в заголовках сетевых текстов и ключевых фразах: *Моя любовь к Китаю; Маленький Китай; Я заражена! Я навсегда заражена Китаем!; Я живу в Китае и люблю эту страну; Первый город, в котором выпадает пожить в Поднебесной – это что-то сродни первой любви*, а также ярко проявляется в материалах и комментариях, объединенных темой ностальгии по Китаю, которая особенно актуализировалась в связи с пандемией коронавируса, когда для граждан иностранных государств въезд в Китай стал практически невозможен.

Если общеупотребительным значением слова *ностальгия* в контексте темы эмиграции считается *тоска по родине, по родному дому*, то в дискурсе русскоязычной диаспоры Китая семантика данного слова трансформируется, приобретая значение *тоски по неродной стране*, к которой испытываются очень теплые чувства и желание вернуться наряду с горечью от невозможности исполнить это желание: *Прочитал байку «Китайская коммуналка», и меня захлестнула волна ностальгии; Ностальгируем. Играем с племяшкой в русского дурака китайскими картами; Меня так ностальгией жмыкнуло... Мило, трогательно, ностальгически. В голове поднялся целый ворох таких же воспоминаний из той жизни; Очень скучаю по Китаю, по китайцам, знакомым и не очень, всегда позитивным и приветливым, радующимся жизни; Скучаю по тому Китаю, которого у меня уже не будет; Чем ближе дата нашего возвращения в Россию на пмж, тем острее я ощущаю жгучую, как сычуаньский перец, любовь и тоску по Китаю; А по Китаю очень скучаю!; даже живя в Китае – очень скучаю по Китаю в прошлом; Очень хочу вернуться в Гуанчжоу, жду когда можно будет; Китай закрыт, но вы как глоток китайского воздуха, с его ароматами и запахами!!!*

Конечно, актуализация в диаспоральном дискурсе ностальгической линии во многом ситуативно обусловлена – недаром многие контексты выдвигают тему тоски по прошлому, «докоронавирусному» Китаю, однако общая тенденция на выражение чувств признательности и благодарности этой стране очевидна.

Итоги исследования

Подведем итоги. По сравнению с образами Китая и китайцев, сложившимися в русскоязычном коллективном сознании, а также формируемыми в медиасфере, диаспоральный дискурс значительно расширяет спектр семантико-аксиологических характеристик, связанных с рецепцией и интерпретацией китайской действительности.

От этнонимического прилагательного *китайский* в диаспоральной сетевой коммуникации демонстрирует высокие показатели частотности и расширенную синтагматическую сочетаемость и выполняет комплекс функций, главными из которых выступают идентификационно-выделительная и познавательная функции, наряду с функцией актуализации деталей китайской бытовой и социальной действительности и функцией сопоставления китайских реалий с реалиями родной культуры. Также диаспоральный дискурс расширяет круг словообразовательных новаций, включая в словоупотребление неотмеченный в русскоязычном узусе окказионализм *китайскость*.

Семантика и аксиология традиционных стереотипов о Китае и китайцах подвергается в диаспоральной лингвокультуре значительной коррекции и детализации. Так, китайское трудолюбие не только выделяется и подчеркивается, но и сравнивается с русским трудовым поведением, описывается в амбивалентной соотнесенности с другими чертами китайского характера и образа жизни и даже отвергается и опровергается. Китайская хитрость детализируется и осмысливается через такие качества, как желание обмануть и получить не вполне честную выгоду, неискренность, корыстолюбие, подспудная наглость.

Свойственное диаспоральной коммуникации в целом стремление к сохранению коммуникативного и семантико-аксиологического баланса в обсуждении специфики страны проживания реализуется, во-первых, посредством сочетания текстов открытой негативной экспрессии с текстами нейтральной объективной модальности с интенцией их авторов на уравнивание отмечаемых отрицательных и положительных черт, а во-вторых, с помощью смягчения и нейтрализации отрицательных коннотаций через сопоставление китайских и инокультурных / российских аналогичных реалий.

В диаспоральном дискурсе формируются неостереотипы о китайцах, не свойственные общерусской картине мира. К неостереотипам относится понятие о китайской конкуренции, которое отчасти замещает типичное представление о трудолюбии китайцев или объясняет его причину, а также понятие китайской логики, носящее в диаспоральной коммуникации оксюморонный характер и служащее скепτικο-ироническому осмыслению фактов и ситуаций, представляющихся русскоязычным авторам далекими от логики, абсурдными.

Выделены две основные смысловые модели, реализующие коллективные представления русскоязычной диаспоры о Китае в целом: *Китай – личностное испытание и преображение* и *Любовь к Китаю / ностальгия по Китаю*.

Список источников

1. Титаренко А.С. Представления русских о китайском национальном характере (вторая половина XIX – начало XX вв.) // Идентичность и миграция в меняющемся мире: методология, опыт эмпирического исследования : материалы Международной междисциплинарной конференции. Екатеринбург, 2015. С. 368–379.

2. Сенина Е.В. Образы взаимного восприятия русских и китайцев в русской и китайской литературе и публицистике первой половины XX в. : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Благовещенск, 2018. 22 с.

3. Цзя Ю. Образ Китая в поэзии Арсения Несмелова и Валерия Перелешина : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2019. 29 с.
4. Цуй Л. Языковые средства создания лингвокультурного образа Китая в лингвокультуре дальневосточной эмиграции // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2015. № 4. С. 112–119.
5. Нестерова О.А. Современные коммуникативные практики в пространстве российско-китайского межкультурного взаимодействия : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. М., 2010. 40 с.
6. Ван С. Китай в печатных российских СМИ (номинативный аспект) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2012. 23 с.
7. Чэн Ю. Образ Китая в российских СМИ: лингвокогнитивный аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2020. 24 с.
8. Му Ю. Медиаобраз Китая в текстах русскоязычных блогов об искусстве (коммуникативно-прагматический и медиалингвистический аспекты) : дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2022. 207 с.
9. Таскина Е.П., Мухин И.А. Русские из Китая: Судьбы репатриантов 40–50-х годов XX века // Проблемы Дальнего Востока. 2009. № 2. С. 91–99.
10. Оглезнева Е.А. Русский язык в восточном зарубежье (на материале русской речи в Харбине). Благовещенск, 2009. 351 с.
11. Оглезнева Е.А. Язык русского восточного зарубежья в зеркале лексикографии // Вопросы лексикографии. 2013. № 1 (3). С. 81–92.
12. Абрамова В.И., Архангельская Ю.В. Инокультурные топонимы, этнонимы и их дериваты в русской лексике и фразеологии: символы, эталоны, стереотипы, лингвокультурные коды // Тульский научный вестник. Серия: История. Языкознание. 2021. № 1 (5). С. 115–124.
13. Пешикова В.М. Диаспорные печатные издания как альтернативное медийное пространство для репрезентации этнокультурного разнообразия России // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. Т. 16, № 4. С. 124–141.
14. Минеева З.И. Словообразовательное гнездо с вершиной Китай в современном русском языке // Вестник Удмуртского ун-та. Серия: История и филология. 2019. Т. 29, вып. 6. С. 942–952.
15. Словарь сочетаемости слов русского языка / под ред. П.Н. Денисова, В.В. Морковкина. М., 1983. 688 с.
16. Рассоха М.Н. Этнонимические наименования как маркеры идентичности в языке и культуре // Сибирский филологический журнал. 2010. № 2. С. 189–196.

References

1. Titarenko, A.S. (2015) [Russians' ideas about the Chinese national character (second half of the 19th – early 20th centuries)]. *Identichnost' i migratsiya v menyayushchemsya mire: metodologiya, opyt empiricheskogo issledovaniya* [Identity and Migration in a Changing World: Methodology, experience of empirical research]. Proceedings of the International Conference. Yekaterinburg. 10–11 April 2015. Yekaterinburg: Ural Federal University. pp. 368–379. (In Russian).
2. Senina, E.V. (2018) *Obrazy vzaimnogo vospriyatiya russkikh i kitaytsev v russkoy i kitayskoy literature i publitsistike pervoy poloviny XX v.* [Images of mutual perception of Russians and Chinese in Russian and Chinese literature and journalism of the first half of the 20th century]. Abstract of Philology Cand. Diss. Blagoveshchensk.
3. Jia, Yu. (2019) *Obraz Kitaya v poezii Arseniya Nesmelova i Valeriya Pereleshina* [The image of China in the poetry of Arseny Nesmelov and Valery Pereleshin]. Abstract of Philology Cand. Diss. Moscow.
4. Tsui, L. (2015) *Yazykovye sredstva sozdaniya lingvokul'turnogo obraza Kitaya v lingvokul'ture dal'nevostochnoy emigratsii* [Linguistic means of creating the linguistic and

cultural image of China in the linguistic culture of the Far Eastern emigration]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta družby narodov. Seriya: Russkiy i inostrannye yazyki i metodika ikh prepodavaniya*. 4. pp. 112–119.

5. Nesterova, O.A. (2010) *Sovremennye kommunikativnye praktiki v prostranstve rossiysko-kitayskogo mezhkul'turnogo vzaimodeystviya* [Modern communicative practices in the space of Russian-Chinese intercultural interaction]. Abstract of Philosophy Dr. Diss. Moscow.

6. Van, S. (2012) *Kitay v pechatnykh rossiyskikh SMI (nominativnyy aspekt)* [China in printed Russian media (nominative aspect)]. Abstract of Philology Cand. Diss. Saint Petersburg.

7. Cheng, Yu. (2020) *Obraz Kitaya v rossiyskikh SMI: lingvokognitivnyy aspekt* [The image of China in the Russian media: linguistic and cognitive aspect]. Abstract of Philology Cand. Diss. Yekaterinburg.

8. Mu, Yu. (2022) *Mediaobraz Kitaya v tekstakh russkoyazychnykh blogov ob iskusstve (kommunikativno-pragmaticheskiy i medialingvisticheskiy aspekty)* [Media image of China in the texts of Russian-language blogs about art (communicative-pragmatic and medialinguistic aspects)]. Philology Cand. Diss. Tomsk.

9. Taskina, E.P. & Mukhin, I.A. (2009) *Russkie iz Kitaya. Sud'by repatriantov 40–50-kh godov XX veka* [Russians from China. The fate of repatriates of the 1940–1950s]. *Problemy Dal'nego Vostoka*. 2. pp. 91–99.

10. Oglezneva, E.A. (2009) *Russkiy yazyk v vostochnom zarubezh'e (na materiale russkoy rechi v Kharbine)* [Russian language in the eastern countries (based on Russian speech in Harbin)]. Blagoveshchensk: Amur State University.

11. Oglezneva, E.A. (2013) *Yazyk russkogo vostochnogo zarubezh'ya v zerkale leksikografii* [The language of the Russian eastern abroad in the mirror of lexicography]. *Voprosy leksikografii*. 1 (3). pp. 81–92.

12. Abramova, V.I. & Arkhangel'skaya, Yu.V. (2021) *Inokul'turnye toponimy, etnonimy i ikh derivaty v russkoy leksike i frazeologii: simvol, etalony, stereotipy, lingvokul'turnye kody* [Foreign cultural toponyms, ethnonyms and their derivatives in Russian vocabulary and phraseology: symbols, standards, stereotypes, linguocultural codes]. *Tul'skiy nauchnyy vestnik. Seriya: Istoriya. Yazykoznanie*. 1 (5). pp. 115–124.

13. Peshkova, V.M. (2013) *Diaspornye pechatnye izdaniya kak al'ternativnoe mediynoe prostranstvo dlya reprezentatsii etnokul'turnogo raznoobraziya Rossii* [Diaspora printed publications as an alternative media space for representing the ethnocultural diversity of Russia]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*. 4 (16). pp. 124–141.

14. Mineeva, Z.I. (2019) *Slovoobrazovatel'noe gnezdo s vershinoy Kitaya v sovremennom russkom yazyke* [Word-formation nest with the vertex China in the modern Russian language]. *Vestnik Udmurtskogo un-ta. Seriya: Istoriya i filologiya*. 6 (29). pp. 942–952.

15. Denisov, P.N. & Morkovkin, V.V. (eds) (1983) *Slovar' sochetayemosti slov russkogo yazyka* [Dictionary of Combinability of Words in the Russian Language]. Moscow: Russkiy yazyk.

16. Rassokha, M.N. (2010) *Etonimicheskie naimenovaniya kak markery identichnosti v yazyke i kul'ture* [Ethnonymic names as markers of identity in language and culture]. *Sibirskiy filologicheskiy zhurnal*. 2. pp. 189–196.

Информация об авторах:

Орлова О.В. – д-р филол. наук, профессор кафедры русского языка и специальных дисциплин для иностранных граждан Томского государственного архитектурно-строительного университета (Томск, Россия); профессор кафедры теории языка и методики обучения русскому языку Томского государственного педагогического университета (Томск, Россия). E-mail: o.orlova13@yandex.ru

Ли Чжидань – аспирант Томского государственного педагогического университета (Томск, Россия). E-mail: lizhidan@yandex.ru

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

O.V. Orlova, Dr. Sci. (Philology), professor, Tomsk State University of Architecture and Building (Tomsk, Russian Federation); professor, Tomsk State Pedagogical University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: o.orlova13@yandex.ru

Li Zhidan, postgraduate student, Tomsk State Pedagogical University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: lizhidan@yandex.ru

The authors declare no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 19.01.2023;
одобрена после рецензирования 05.06.2023; принята к публикации 26.12.2023.*

*The article was submitted 19.01.2023;
approved after reviewing 05.06.2023; accepted for publication 26.12.2023.*