

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.3.68>

Сун Дандань

**ФИЛОЛОГИЧЕСКАЯ ИМАГОЛОГИЯ В КИТАЕ: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ОБЗОР**

В статье рассматриваются основные научные труды в области филологической имагологии в Китае. Выявляются предпосылки возникновения и специфика филологической имагологии в этой стране; решается также задача выделения основных направлений имагологических исследований. Получены выводы о том, что филологическая имагология в Китае изначально была ориентирована на западные работы, что большее внимание в ней уделяется изучению образа своей страны за рубежом. Такие изыскания имеют практическую направленность: они осуществляются с целью дальнейшего поиска путей и способов улучшения имиджа Китая.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2019/3/68.html](http://www.gramota.net/materials/2/2019/3/68.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 3. С. 319-326. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2019/3/](http://www.gramota.net/materials/2/2019/3/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

16. Харченко В. К., Хорошко Е. Ю. Язык и жанр русского романа: монография. М.: Литературный ин-т им. А. М. Горького, 2005. 167 с.
17. Шаховский В. И. Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: человек, язык, эмоции. Волгоград, 2016. 504 с.
18. Шаховский В. И. Когнитивная матрица эмоционально-коммуникативной личности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Лингвистика». 2018. Т. 22. № 1. С. 54-79.
19. Шаюк А. Ю. Абсурд как доминанта структурно-семантического пространства текста в репрезентации концепта «страх» / “Angst” (на материале романов Ф. Кафки) // Вестник Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина. 2008. № 2 (10). С. 108-118.
20. Mackenzie J. Lachlan. Sentiment and Confidence in Financial English: A Corpus Study // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Лингвистика». 2018. Т. 22. № 1. С. 80-93.
21. Roget's Thesaurus of English Words and Phrases. N. Y.: Thomas Y. Crowell, 2016. 652 p.
22. Schwarz-Friesel M. Language and emotion. The cognitive linguistic perspective // Emotion in Language. Theory – Research – Application / ed. by U. M. Ludtke. Amsterdam: John Benjamins, 2015. P. 157-173.
23. Shiv B. et al. Investment behavior and the negative side of emotion // Psychological Science. 2005. № 16 (6). P. 435-439. DOI: 10.1111/j.0956-7976.2005.01553.x.
24. The Boston Globe [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bostonglobe.com> (дата обращения: 10.12.2018).
25. The Economist [Электронный ресурс]. URL: <https://www.economist.com> (дата обращения: 10.12.2018).
26. The New York Times [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com> (дата обращения: 10.12.2018).
27. Yus F. Attaching Feelings and Emotions to Propositions. Some Insights on Irony and Internet Communication // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Лингвистика». 2018. Т. 22. № 1. С. 94-107.

**LANGUAGE REPRESENTATION OF EMOTION NAMES  
IN THE ENGLISH-LANGUAGE ELECTRONIC MEDIA IN THE FIELD OF ECONOMICS AND FINANCE**

**Smakhtin Evgenii Sergeevich**, Ph. D. in Philology  
**Vas'bieva Dinara Giniyatullova**, Ph. D. in Economics, Associate Professor  
**Kalugina Olga Anatol'evna**  
*Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow*  
*ESSmakhtin@fa.ru; dgvasbieva@fa.ru; oakalugina@fa.ru*

The article discusses the features of the language representation of emotions in the texts of the online versions of the English-language magazines and newspapers of financial and economic orientation. The language material obtained by the continuous sampling method is categorized and analysed in accordance with the authors' classification of emotion names. The main attention is paid to the study of the syntagmatic relations of emotive vocabulary, the functional and stylistic orientation of the words that call emotions, as well as the correlation of emotion names with terminology from the field of economics and finance.

*Key words and phrases:* verbalization of emotions; language representation of emotions; English-language publicism of economic orientation; emotive vocabulary; emotion names.

УДК 81-11

Дата поступления рукописи: 20.01.2019

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.3.68>

*В статье рассматриваются основные научные труды в области филологической имагологии в Китае. Выявляются предпосылки возникновения и специфика филологической имагологии в этой стране; решается также задача выделения основных направлений имагологических исследований. Получены выводы о том, что филологическая имагология в Китае изначально была ориентирована на западные работы, что большее внимание в ней уделяется изучению образа своей страны за рубежом. Такие изыскания имеют практическую направленность: они осуществляются с целью дальнейшего поиска путей и способов улучшения имиджа Китая.*

*Ключевые слова и фразы:* имагология; филологическая имагология; Китай; образ страны; образ Китая; образ «другого».

**Сун Дандань**

*Сибирский федеральный университет, г. Красноярск*  
*song0301@mail.ru, songdan0301@yahoo.com*

**ФИЛОЛОГИЧЕСКАЯ ИМАГОЛОГИЯ В КИТАЕ: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ОБЗОР**

В развитии человеческой истории люди никогда не придавали такого большого значения образам, как в настоящее время: каждый политик думает о своем образе в глазах других людей; предприятия работают над корпоративным образом, влияющим на их успешность; правительство обращает внимание на образы своей и чужой страны. На стыке различных гуманитарных дисциплин возникает и развивается новое направление научных исследований, которое называется *имагологией* (от лат. *imago* – «изображение, образ, отражение») [3-6; 58]. **Актуальность** имагологических исследований в филологии обусловлена современной геополитической ситуацией, для которой характерно информационно-психологическое противоборство стран, а также важностью изучения их образов для поиска путей и способов оптимизации отношений между ними. Учеными признается важная роль языка в формировании образа страны, однако собственно филологические

исследования по-прежнему немногочисленны. Одна из возможных причин – отсутствие четко разработанной методики исследования образа страны, в том числе в филологическом аспекте, что также обуславливает актуальность обращения к проблемам имагологии.

Это направление возникло относительно недавно [2; 47; 58]. Его истоки, как пишут ученые Китая, следует искать во французском сравнительно-историческом литературоведении 1950-х гг. Первопроходцами этого направления научных исследований в рамках сравнительно-исторического литературоведения считают французского ученого Ж.-М. Карре и его ученика, коллегу М. Ф. Гийяра [33; 37; 48]. В монографии «Французские писатели и немецкий мир: 1800-1940» (1947) Ж.-М. Карре утверждал, что при изучении международных литературных отношений необходимо сосредоточиться на взаимопонимании между писателями, на их взглядах и контактах друг с другом, а также на представлениях людей о других народах [Цит. по: 33, с. 2]. Исходя из этого, он определил исследование образа как «взаимную интерпретацию между разными народами, путешествиями и фантазиями» [7, р. 6]. Вслед за Ж.-М. Карре, М.-Ф. Гийяр считает, что при изучении литературы «нужно попытаться понять, как формируются и существуют в индивидуальном или коллективном сознании основные национальные мифы о других народах» [8, р. 111]. Другими словами, внимание исследователей, по его мнению, должно быть перенесено с проблемы литературных влияний на проблему рецепции «другого» [Цит. по: 5, с. 252].

С 1960-1970-х годов имагология быстро развивалась как во Франции, так и в других странах мира. Она постепенно выходит за рамки литературоведения и рассматривается как междисциплинарная гуманитарная дисциплина, которая изучает образ другой страны, другого народа, образ инациональной культуры в сознании воспринимающего субъекта [1, с. 3; 5, с. 251]. В 90-х гг. XX века имагология получила широкое развитие в Китае, в том числе в рамках филологии. Однако российские ученые не имеют полного представления о филологической имагологии в Китае, поскольку большинство работ в этой области еще не переведены на русский язык. Поэтому обзор публикаций в области филологической имагологии в Китае имеет большое значение для развития названного научного направления и вносит вклад в изучение имагологии в целом.

**Новизна** работы заключается в том, что она впервые вводит в русское имагологическое поле научные исследования китайских учёных.

**Целью** данной статьи является рассмотрение основной проблематики филологической имагологии в Китае путем анализа диссертационных работ и научных публикаций в этой области исследований. Для этого были поставлены следующие **задачи**: описать процесс возникновения и развития имагологии в Китае; выявить специфику исследований филологической имагологии в современном Китае и её основных направлений; рассмотреть структурные компоненты образа страны как объекта филологической имагологии.

Названная цель определила основной метод исследования – аналитико-описательный метод, являющийся традиционным для лингвистики и заключающийся в анализе источников по теме, интерпретации, обобщении полученных сведений и их описании.

#### **Предпосылки возникновения имагологии в Китае и ее изначальная ориентация на западные исследования**

Мэн Хуа отмечает, что внимание чужим странам и народам уделяется на разных этапах развития Китая, особенно во времена правления династии Мин и династии Цин (конец XIV века – первая половина XIX века). Фрагментарные описания «чужих» встречаются в дневниках, записках и путевых заметках, но большинство из них являются конкретными описаниями западных торговцев, прибывавших в Китай для ведения бизнеса в прибрежных районах [33, с. 15], поэтому говорить о возникновении теории «образа “другого”», или теории имагологии, в то время еще нельзя.

Существует мнение, что имагологические исследования (исследования образа «другого» и «своего») в Китае начались в 1930-х гг. Так, например, Дэн Фаньжун и Чжун Фань отмечают, что исследования образа Китая на материале западной литературы уже проводились с начала XX века. Чэнь Шоуи (1899-1978) опубликовал серию статей, посвященных образу Китая, в журнале «Линнань сюебао» («Вестник университета имени Линнань») в 1930-х гг.: ««Сирота Чжао» в европейской литературе XVIII века» («Сирота Чжао» – это китайская драма, которая была создана Цзи Цзюньсян в династии Юань), «Китайская точка зрения в романе “Робинзон Крузо”», «Китайский сад в Европе XVIII века». В 1937 г. писатель Цянь Чжуншу (1910-1998) во время учебы в Оксфордском университете написал обширную статью «Образ Китая в английской литературе в XVII и XVIII веках» [Цит. по: 13, с. 196]. На наш взгляд, эти исследования в первую очередь посвящены изучению конкретных литературных произведений.

Считаем, что развитию имагологических исследований в Китае в 1990-х годах способствовал процесс перевода многих западных научных источников на китайский язык. В 1999 г. Юе Дайюнь и Чжан Хуань выступили редакторами сборника «Передача культуры и литературный образ» [52], в который вошли научные статьи китайских и зарубежных ученых. В третью главу «Литературный образ и литературный перевод» этого сборника включено 9 статей, доказывающих теоретическое и практическое развитие филологической имагологии в Китае и за рубежом [Там же].

Другой учёный, внёсший выдающийся вклад в продвижение идей западной имагологии в Китае и в развитие филологической имагологии в своей стране, – профессор Пекинского университета Мэн Хуа. С 1993 г. она занимается переводами работ в области западной имагологической теории. Именно Мэн Хуа впервые перевела термин «имагология» с французского языка на китайский язык как «синсян сюе» (кит. *Xingxiang xue*) – «дисциплина об образе». Она отметила, что имагология изучает процесс формирования или описания образа «чужого» (чужой страны, чужого народа) в литературных произведениях той или иной страны [33, с. 2].

В 2001 г. вышел в свет научный сборник «Имагология сравнительного литературоведения», который включает, помимо статей ученых Китая, выдержки из 13 работ западных ученых, переведенные на китайский язык и представляющие читателям основы теории западной имагологии: «Об истории исследований и методологии литературной имагологии» французского учёного Ж.-М. Моура; «Зарубежные страны в восприятии людей» основателя имагологии, французского учёного Ж.-М. Карре; «От культурного образа к коллективному воображению» и «Воображение» Д. А. Пажо (была также отдельно опубликована на китайском языке под другим названием в одном из журналов [30]) и другие. В статье «Анализ ограниченности жизни стереотипов» Мэн Хуа поставил под сомнение теорию «стереотипа» французского учёного Д. А. Пажо, согласно которой стереотипы могут использоваться вечно. Мэн Хуа, вслед за Д. А. Пажо, рассматривает стереотип как минимальную единицу образа, сгущающую общее представление одной нации о чужой стране [31], но считает, что стереотипы не вечны, они существуют только в течение определенного исторического периода. Ее работы посвящены вопросам истории возникновения, развития и исчезновения стереотипов «просвещённые императоры», «желтая катастрофа» и «Ян Гуйзи» (так китайцы называли иностранцев в период опиумной войны и до 1950-х годов, чтобы выразить к ним свое презрение и ненависть). Ученый приходит к выводу, что стереотипы проходят процессы производства, развития и вымирания, которые часто связаны с изменением представления о другой стране, а также с изменением экономических, военных и политических отношений между странами [Там же]. Кроме того, Мэн Хуа отмечает, что имагология является междисциплинарным направлением, поэтому в ее понятийно-терминологический аппарат целесообразно ввести понятие «поле образа». Формирование и развитие образа связано с социальным, историческим, а также культурным контекстом, национальной традицией, менталитетом, личным опытом писателей, культурным уровнем читателей, региональными различиями и т.д., что в совокупности и взаимодействии друг с другом формирует «поле образа» [32].

Благодаря исследованиям Мэн Хуа и ее влиянию на молодых ученых, филологическая имагология в Китае начинает активно развиваться. Появляются новые работы, среди которых назовем следующие: «Размышления о имагологии сравнительного литературоведения» [27]; «Современные исследования имагологии в Китае и за рубежом» [13]; «Возникновение, развитие и перспективы имагологии в Китае» [47]; «Исследование образа Китая на Западе – диалог о имагологии и её исследовательской парадигме» [64]; «Несколько вопросов о практике имагологии» [51].

Развитие имагологии в Китае в основном следует западной традиции, поскольку ее объектом выступает образ другой страны, культуры в художественных текстах. Однако существуют и некоторые специфические особенности имагологических исследований в Китае.

#### **Специфика развития филологической имагологии в современном Китае**

1. Китайские ученые считают, что имагология не только изучает образ «другого», но и одновременно создает образ «своего». Чжан Юэ пишет, что «формирование образа “другого” определяется социальной основой “своего” и индивидуальным взглядом автора (например, писателя) на “другое”» [58, с. 110]. Образ «происходит от сознательности отношений между собой и другим» [44, с. 4] и никогда не является «продуктом объективным» [58, с. 112]. Поэтому образ «другого» представляет собой практический результат своего воображения о другой стране на основе самопонимания и самооценки своей нации. Таким образом, китайские исследователи отмечают, что имагология изучает «образ чужой страны и образ своей нации как “создателя” образа “другого”» [47, с. 156].

2. В сфере имагологических исследований в Китае наблюдается тенденция к междисциплинарности. Так, в книге «Общая характеристика сравнительного литературоведения» Ян Найцяо пишет, что «имагологические исследования больше не ограничиваются областью национальной литературы, а являются межъязыковыми, межкультурными и даже междисциплинарными, основанными на фактических исследованиях» [48, с. 235]. В книге «Имагологический аспект переводных исследований» Чжан Сяюнь объясняет взаимосвязь между переводом образа «другого» и его построением. В процессе изучения обработки и вариаций образа «другого» в литературном переводе Чжан Сяюнь отмечает, что «в процессе перевода формирование образа другой культуры часто зависит от переводчика как посредника: отношение к “другому” определяет отношение, принятое в переводе; и акт перевода в свою очередь определяет формирование образа “другого” в определенной степени» [56, с. 2].

3. Стоит отметить, что имагология в Китае вышла за рамки сравнительно-исторического литературоведения: «От первоначального обсуждения образа “другого” в литературных текстах, китайские исследователи постепенно обращались к изучению других жанровых текстов, чтобы глубоко изучать образ “другого”» [13, с. 196]. Исследовательский материал имагологии не ограничивается традиционными литературными текстами, а включают в себя тексты всех жанров о других странах, в том числе путевые заметки, дневники, мемуары, отчеты о дипломатических миссиях, рекламные тексты, художественные фильмы и т.д. Появляется термин «межкультурная имагология», который ввел в научный оборот профессор Чжоу Нин (Университет Сямэнь). Он отметил, что, в отличие от имагологии сравнительного литературоведения, интересующейся национальным «образом другого» в литературных произведениях, объектом «межкультурной имагологии» является «образ другого», формируемый в текстах разных функциональных типов и жанров. «Она (межкультурная имагология) изучает культурную идентичность определенной нации в современной мировой системе контактов и отношении между “своим” и “чужим”» [67, с. 5-6].

4. В Китае изучают не только образ других стран в китайской лингвокультуре, но и (в большей степени) образ Китая как «другого» в текстах на иностранных языках, чтобы критически оценивать себя и принимать

меры по формированию положительного образа (имиджа) Китая в других странах. Как предложила Чжао Ин, каждый образ одной страны у «других» (других стран, культур или других народов) является зеркалом, в котором отражаются «мнения и отношения других народов к нам, через изучение этих мнений и отношений мы можем размышлять о себе и формировать образ (концепт) Китая» [61, с. 113].

Современная филологическая имагология в Китае постепенно переходит от интерпретации другой культуры к изучению своей культуры через зеркало «свой образ у другого». Исследованию образа Китая в зарубежных культурах посвящена, например, книга «Описание других: китайцы в австралийских романах: 1888-1988» [34]. Ее автор анализирует разные образы китайцев, сформированные в австралийских романах за последние 100 лет. Назовем также работы: «Китайские рассказы в западном контексте» [46]; «Создание образа Китая во внешней коммуникации современной литературы – на примере произведений Мо Яня» [19]; «Китай, литература, Америка: образ Китая в американских драмах» [38]; «Исследование образа Китая в современной корейской литературе» [9]; «Образ Китая в современной японской литературе» [23]; «Яркость и мутность китайских зеркал – Образ Китая в португальской литературе с XVI по XIX век» [50]; «Об образе китайцев во французских романах XX века» [57] и др.

Значительный вклад в изучение образа Китая внес профессор Чжоу Нин. Сосредоточиваясь на «китайских проблемах» межкультурной имагологии, Чжоу Нин опубликовал две книги – «Образ Китая: западные доктрины и легенды» [62] и «Далёкое Тяньчао – исследования образа Китая на Западе» [63] (Тяньчао – поднебесная страна; «Тяньчао» означает великую династию или страну, в древности Китай другие страны называли «Тяньчао» за его богатство и могущество). Эти книги рассказывают об эволюции образа Китая в западной культуре за последние семь столетий. Чжоу Нин намечает новую область имагологических исследований, задача которой – путем изучения образа Китая на Западе критически оценивать процесс национальной самоидентификации, своего развития, восстанавливать утраченное культурное наследие [66]. Чжоу Нин не ограничивается изучением образа Китая, складывающегося на Западе, он предпринимает попытки исследовать образ Китая в мире в целом. Если образ Китая на Западе для китайских ученых является «зеркалом», то обобщенный образ Китая, формируемый в разных странах, является «многогранным зеркалом», которое влияет на самоидентификацию современного Китая [65, с. 10].

#### **Направления филолого-имагологических исследований в Китае**

Сказанное выше позволяет говорить о том, что в рамках современной филологической имагологии в Китае формируются два направления: исследование образа другой страны учеными Китая и исследование образа Китая в других странах. Рассмотрим кратко каждое из этих направлений.

##### **1. Изучение образа другой страны учеными Китая**

В Китае ученые изучают в основном образы таких стран, как США, Япония, Россия, Великобритания, Франция и Германия. Образ другой страны рассматривается на материале китайских газет, китайских литературных произведений и китайских учебников.

На материале газет выполнены, например, такие исследования: «Образ России в китайских СМИ – контент-анализ газеты “Китайская молодежь”» [20]; «Образ США в китайских СМИ в период холодной войны – на материале газеты “Жэньминь жибао”» [21]; «Создание образа Японии в китайских газетах – исследование газеты “Жэньминь жибао” (2001-2002 гг.)» [29]; «Образ Франции в газете “Жэньминь жибао” (2009.1-2014.1)» [11]; «Образ Кореи в китайских газетах в период антияпонской войны: контент-анализ газеты “Да Гун Бао”» [12]; «Создание образа Германии в китайских основных СМИ: на материале газеты “Жэньминь жибао” 2014 г.» [55]. Как видим, многие исследования основаны на газете «Жэньминь жибао», имеющей официальный статус и пользующейся авторитетом. В большинстве из этих исследований используется метод контент-анализа. Образы других стран ученые анализируют в разных аспектах: тематическом (политика, экономика, культура, общество и т.д.), аксиологическом (изучают языковые и речевые оценочные средства, с помощью которых выражено отношение к данной стране); жанровом (формирование образа в таких жанрах, как корреспонденция, рецензия, заметка, интервью, отчет, репортаж, очерк и т.д.) и др.

Образ страны, отображенный в литературе, долго сохраняется в сознании, отличается стабильностью и даже вечностью и вызывает большее доверие, по сравнению с тем образом, который формируется в СМИ для достижения той или иной цели и зависит от конкретной ситуации [19, с. 63]. «Даже великий политический поступок и поведение СМИ скоро станут смогом, но, как только появится великий художественный образ, он будет длиться вечно» [53, с. 29]. Мысль о стабильности литературного образа другой страны содержится в работах: «Образ США в путевых заметках китайских писателей в новый период» [10], «Образ Японии в современной китайской литературе» [40], «Изучение образа Франции в романах Ба Цзиня» [39], «Образ Великобритании в современной гонконгской литературе» [60] и других.

Учебники в школах устанавливают «базовые рамки сознания» детей [14, с. 57], они дают информацию о разных странах, взаимоотношениях между странами в определенный исторический период, оказывая тем самым влияние на формирование их сознания [18, с. 95; 35, с. 32; 42, с. 86; 45, с. 93]. Исследованию образа другой страны в китайских учебниках, особенно в учебниках по истории, посвящены такие работы, как «Образ США в китайских школьных учебниках по истории с конца династии Цин» [59], «Создание цельного образа Японии в китайских и американских учебниках – на примере учебника по всемирной истории» [22] и т.д.

Некоторые исследователи изучают образ другой страны с помощью анкетирования («вопросника»). Например, Цянь Хао и Цянь Сяомин провели анкетирование в Шанхае, Уси и Уху Китая на тему «Каким я вижу США» и проанализировали образ США в сознании жителей Китая [41].

Стоит отметить, что китайские ученые изучают образ другой страны не только для того, чтобы познакомиться с другими странами, они «изучают образ другой страны не для понимания чужой страны, а для понимания

себя» [10, с. 58]. Образ другой страны рассматривается как зеркало, отражающее некоторые аспекты реальности китайского общества. Как сказал Хуго Дизеринк, «формирование образа “другого” сопровождается формированием образа “своего”» [17, с. 179].

## 2. Изучение учеными Китая образа своей страны

Как мы уже отмечали выше, образ своей страны интересует китайских ученых в большей степени, чем образы других стран. Он изучается на материале текстов СМИ, художественной литературы, учебников, изданных в разных странах, в том числе в Китае. Назовем некоторые работы, выполненные на газетном материале: «Формирование образа Китая в российских СМИ – на материале газеты “Правда”» [15]; «Создание образа Китая в японских СМИ – на материале “Отравленных пельменей”» [54]; «Образ страны в названиях аналитических статей о Новом годе на материале газеты “Жэньминь жибао”» [68] и др. На материале учебников выполнены работы: «Образ Китая в немецких школьных учебниках по истории» [45]; «Образ Китая в американских современных учебниках по истории» [18]; «Исследование по интеграции культуры Шелкового пути – Образ Китая в казахстанских учебниках по истории» [14]; «Анализ образа страны в китайских учебниках по социологии: на примере тематического исследования учебника “Личность и общество” в издании “Народное образование” и “Научное образование”» [35]. Работы, посвященные образу Китая в литературных произведениях, кратко рассмотрены выше.

«Конструирование образа страны разделено на формирование его самой страной и формирование другими странами» [36, с. 17]. Изучая образ Китая в других культурах и в своей культуре, китайские исследователи пытаются его критически оценить, чтобы впоследствии можно было выработать рекомендации по улучшению образа Китая.

Таким образом, мы видим, что исследование образа страны учеными Китая, будь то образ Китая в других странах или образ другой страны в Китае, в конечном итоге направлено на выработку рекомендаций по улучшению образа Китая, созданию положительного имиджа страны.

Доказано, что конструирование образа страны в значительной степени осуществляется с помощью языка и речи [24, с. 114]. Язык играет незаменимую роль в формировании образа страны, информацию о которой не всегда можно получить путем ее посещения. Даже если информацию о той или иной стране мы получаем посредством картин или видео, передаем мы ее обычно с помощью языка, поэтому язык – это последнее звено в процессе формирования образа страны [Там же].

В последние годы некоторые ученые в Китае анализируют язык массмедиа, который участвует в формировании образа страны. В качестве материала исследования выступают газетные статьи или телепередачи о той или иной стране, реклама туризма в этой стране и т.д. Отдельное внимание уделяется различным стилистическим, риторическим приемам создания образа. Так, Лян Сяобо анализировал роль концептуальной метафоры в формировании образа Китая в текстах газеты «Таймс всего мира» (Global Times) и «Новости» (Reference News) [24].

Вслед за Лян Сяобо Линь Хай также указывает, что образ страны по существу вербален, это часть объективной реальности, которая отражается в дискурсе. В своей статье он указал, что при изучении образа страны исследователи должны прояснить следующие проблемы: какая часть объективной реальности отражается дискурсом, как она отражается дискурсом, какие языковые способы или приемы используются для формирования образа страны [26, с. 13]. По мнению Цзоу Сяолин, газета «Жэньминь жибао» с 1978 года с помощью различных языковых средств формирует образ Китая как страны новой, сплоченной, светлой и быстроразвивающейся [68, с. 121]. Шэнь Ин и У Ган проанализировали лексику российских СМИ и отметили, что для обозначения Китая в «Областной газете» и журнале «Деловой квартал» широко используются такие слова, как «поднебесная», «китайский дракон», «самая населенная страна», «институты Конфуция», «Великая китайская стена». В то же время для описания Китая используются и отрицательные слова, такие, как «экспансия», «плагиат», «угроза» и т.д. [36, с. 19]. В статье «Как улучшить образ страны с помощью использования медиа-языка» Лю Шанчао сформулировал принципы, которым должны следовать журналисты при формировании образа страны: газетная статья должна основываться на фактах, соответствовать логическим правилам, чрезмерно не хвалить или критиковать то или иное явление или событие страны [28, с. 29].

Ян Сюмин, Ляо Янминь и Цзя Лицзюнь выдвинули концепцию «образ китайского языка», которая имеет в виду общий образ китайского национального языка в международном обществе. В качестве важной части образа страны изучение образа языка включает следующие пять аспектов: онтология образа языка, его статус, международное позиционирование и стратегия международного распространения [49, с. 82].

### Структура образа страны

Китайские ученые выражают различные мнения о том, какие структурные компоненты образа страны следует учитывать в процессе его исследования.

Тан Гуанхун полагает, что образ страны является всеобъемлющей национальной силой суверенного государства, которая включает в себя как природные, физические, так и социальные, духовные факторы [43, с. 19]. Образ страны должен включать в себя образ природы и социальный образ, материальный образ и духовный образ этой страны.

Гуань Вэньху также считает, что тремя основными факторами, влияющими на формирование образа страны, являются: материальные, институциональные и духовные факторы. Материальные факторы включают природные материальные основы и материальные продукты; институциональные факторы – экономическую систему государства, систему правопорядка, культурную систему и т.д.; духовные факторы – национальное культурное самосознание и общественное сознание. Образ страны, отметил Гуань Вэньху, является всеобъемлющим отражением одного или нескольких из этих факторов [16].

Неотъемлемыми частями образа страны, по мнению Лю Шанчао, являются образ правительства и образ народа. Образ народа включает экономическую, культурную, военную и другие составляющие [28, с. 28].

Ян Сюмин и другие учёные отмечают, что образ страны должен также включать в себя образ языка или языков этой страны. Образ языка, по мнению Ян Сюмина, является важной частью, носителем общего образа страны, главным символом национального духа и также является движущей силой и средством для улучшения образа этой страны [49, с. 82].

Подведем **итоги** исследования.

1. Филологическая имагология в Китае является одним из активно развивающихся междисциплинарных направлений, имеющим истоки в западной имагологии сравнительного литературоведения.

2. Исследования вербального образа страны в Китае как объекта филологической имагологии осуществляются по двум направлениям: исследование образа другой страны и исследование образа своей страны в разных лингвокультурах. Больше внимание в Китае уделяется изучению образа своей страны, которое осуществляется на материале газетных текстов, учебников и литературных произведений.

3. Исследования учеными Китая образа своей страны имеют практико-ориентированный характер: они осуществляются с целью дальнейшего поиска путей и способов улучшения ее имиджа, особенно за рубежом.

4. По мнению китайских учёных, образ страны представляет собой комплексную систему, состоящую из подсистем образов, связанных с политикой, экономикой, культурой, географией и т.д. Проявлением образа страны в разных речевых контекстах являются конкретные отражения одной или нескольких подсистем.

#### Список источников

1. **Андрейчева М. Ю.** Образы иноверцев в повести временных лет: дисс. ... к.и.н. М., 2017. 224 с.
2. **Иванова А. Д.** О понятийном аппарате современной имагологии // Вестник Вятского государственного университета. 2016. № 11. С. 74-78.
3. **Кожевникова Т. А.** К вопросу о лингвистической имагологии // Иностранные языки в высшей школе. 2016. № 3. С. 56-62.
4. **Маршуба Д. А.** Проблема классификации сфер исследования в имагологии // Молодой ученый. 2015. № 6. С. 532-535.
5. **Ощепков А. Р.** Имагология // Знание. Понимание. Умение. 2010. № 1. С. 251-253.
6. **Томберг О. В.** Изучение литературы в контексте филологической имагологии // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2015. № 2. С. 255-259.
7. **Carré J. M.** Préface // Guyard M. F. La littérature comparée. P.: Presses Universitaires de France (PUF), 1951. P. 4-18.
8. **Guyard M. F.** La littérature comparée P.: Presses Universitaires de France (PUF), 1951. 126 p.
9. **崔一**, 韩国现代文学中的中国形象研究: 博士论文, 延边, 2002, 117 页 (Цуй И. Исследование образа Китая в современной корейской литературе: докторская диссертация. Яньбянь, 2002. 117 с.).
10. **陈国战**, 新时期中国作家访美游记中的美国形象 // 文艺研究, 2018, 第 7 期, 第 53-61 页 (Чэнь Гочжань. Образ США в путевых заметках китайских писателей в Новое время // Литературные исследования. 2018. № 7. С. 53-61).
11. **陈思**, 《人民日报》(2009.1-2014.1) 法国形象报道研究: 硕士论文, 湘潭, 2015, 45 页 (Чэнь Си. Образ Франции в газете «Жэньминь жибао» (2009.1-2014.1): магистерская диссертация. Сянтань, 2015. 45 с.).
12. **陈玉兰, 金花**, 抗战时期中国报纸中体现的韩国形象 – 以对《大公报》的内容分析为例 // 新闻爱好者, 2012, 第 12 期, 第 79-81 页 (Чэнь Юлань, Цзинь Хуа. Образ Кореи в китайских газетах в период антияпонской войны: контент-анализ газеты «Да Гун Бао» // Любители новостей. 2012. № 12. С. 79-81).
13. **邓繁荣 钟帆**, 国内外形象学研究的现状分析 // 西南民族大学学报 (人文社会科学版), 2012, 第 9 期, 195-197 页 (Дэн Фаньжун, Чжун Фань. Современные исследования имагологии в Китае и за рубежом // Вестник Юго-Западного национального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2012. № 9. С. 195-197).
14. **范晓玲, 苏燕**, 丝绸之路文化融入研究 – 哈萨克斯坦历史教科书上中的中国形象 // 新疆大学学报 (哲学社会科学版), 2016, 第 4 期, 第 54-58 页 (Фань Сяолин, Су Янь. Исследование по интеграции культуры Шелкового пути – образ Китая в казахстанских учебниках по истории // Вестник Синьцзянского университета. Серия «Философские и социальные науки». 2016. № 4. С. 54-58).
15. **范祖奎, 房玉霞**, 俄罗斯媒体上的中国形象塑造 – 基于《真理报》的调查 // 新疆社会科学, 2014, 第 4 期, 第 84-89 页 (Фань Зукуй, Фан Юйся. Формирование образа Китая в российских СМИ – на материале газеты «Правда» // Общественные науки в Синьцзяне. 2014. № 4. С. 84-89).
16. **管文虎**, 国家形象论. 成都: 电子科技大学出版社, 2000, 609 页 (Гуань Вэньху. Теория национального образа. Чэнду, 2000. 609 с.).
17. **胡戈·狄泽林克著**, 方维规译, 论比较文学形象学的发展 // 中国比较文学, 1993 (1), 第 167-180 页 (Хуго Дизеринк. О развитии имагологии в сравнительном литературоведении / пер. Фан Вэйгуй // Сравнительное литературоведение в Китае. 1993. № 1. С. 167-180).
18. **蒋柳**, 断裂的“他者”, 美国当代社会历史教科书中的中国形象 // 电子科技大学学报 (社科版), 2015, 第 1 期, 第 95-100 页 (Цзян Лю. Образ Китая в американских современных учебниках по истории // Вестник Университета электронной науки и техники. Серия «Социальные науки». 2015. № 1. С. 95-100).
19. **姜智芹**, 当代文学对外传播中的中国形象建构 – 以莫言作品为个案 // 人文杂志, 2015(1), 第 63-68 页 (Цзян Чжицин. Создание образа Китая в современной литературе – на примере произведений Мо Яня // Гуманитарный журнал. 2015. № 1. С. 63-68).
20. **柯惠新, 郑春丽, 吴彦**, 中国媒体中的俄罗斯国家形象 – 以对《中国青年报》的内容分析为例 // 现代传播, 2017, 第 5 期, 第 31-34 页 (Кэ Хуэйсинь, Жэнь Чунли, У Янь. Образ России в китайских СМИ – контент-анализ газеты «Китайская молодежь» // Современная коммуникация. 2017. № 5. С. 31-34).
21. **李黎**, 冷战时期中国媒体上的美国形象 – 以《人民日报》为例 // 当代世界社会主义问题, 2013, 第 1 期, 第 116-127 页 (Ли Ли. Образ США в китайских СМИ в период «холодной войны» – на материале газеты «Жэньминь жибао» // Современный мир социализма. 2013. № 1. С. 116-127).

22. 李天乐, 姚自茹, 中美教科书中日本形象的整体建构 – 以人教版世界史教材为例 // 沈阳师范大学学报(社会科学版), 2014, 第4期, 第178-181页(Ли Тяньлэ, Яо Цзыжу. Создание цельного образа Японии в китайских и американских учебниках – на примере учебника по всемирной истории // Вестник Шэньянского педагогического университета. Серия «Социальные науки». 2014. № 4. С. 178-181).
23. 李雁南, 近代日本文学中的“中国形象”: 博士学位论文, 广州, 2005, 109页(Ли Яннан. Образ Китая в современной японской литературе: докторская диссертация. Кантон, 2005. 109 с.).
24. 梁晓波, 国家形象的概念隐喻塑造研究 // 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2013(2), 第113-117页(Лян Сяобо. Исследование формирования образа страны с помощью метафор // Вестник университета Хубэй. Серия «Философские и социальные науки». 2013. № 2. С. 113-117).
25. 廉晓敏, 俄罗斯国家形象的构建 – 理论与实践研究: 博士论文, 上海, 2010, 117页(Лиан Сяомин. Создание национального имиджа России – теоретические и практические исследования: докторская диссертация. Шанхай, 2010. 117 с.).
26. 林海, 语言学视阈中区域性对外传播中的国家形象建构 // 新闻知识, 2015(5), 第11-13页(Линь Хай. Создание образа страны в региональной внешней коммуникации: лингвистический аспект // Новое знание. 2015. № 5. С. 11-13).
27. 刘洪涛, 对比较文学形象学的几点思考 // 北京师范大学学报, 1993年第3期, 第69-73页(Лю Хунтао. Размышления об имагологии в рамках сравнительного литературоведения // Вестник Пекинского педагогического университета. 1999. № 3. С. 69-73).
28. 刘尚超, 如何通过媒体语言传播来提升国家形象 // 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2015(6), 第27-32页(Лю Шанчао. Как улучшить образ страны с помощью использования медиаязыка // Вестник Северо-Западного национального университета. Серия «Философские и социальные науки». 2015. № 6. С. 27-32).
29. 刘晓倩, 张玉川, 中国主流报纸媒体对日本形象的建构-以2001-2002年的《人民日报》为考察对象 // 传播与版权, 2013, 第5期, 第98-99页(Лю Сюэцян, Чжан Ючуань. Создание образа Японии в китайских газетах – исследование газеты «Жэньминь жибао» (2001-2002 гг.) // Распространение и авторское право. 2013. № 5. С. 98-99).
30. 孟华, 比较文学意义上的形象学 // 中国比较文学, 1998年, 第4期第79-90页(Мэн Хуа. Имагология в рамках сравнительного литературоведения // Сравнительное литературоведение Китая. 1998. № 4. С. 79-90).
31. 孟华, 试论“套话”的时间性 // 乐黛云、陈辉编辑, 文化传递与文学形象, 北京: 北京大学出版社, 1999年, 第197-208页(Мэн Хуа. Анализ ограниченности жизни стереотипов // Культурное общение и литературный образ / под ред. Юе Дайюнь, Чжан Хуань. Пекин: Изд-во Пекинского университета, 1999. С. 197-208).
32. 孟华, 形象学研究要注重总体性与综合性 // 中国比较文学, 2000年, 第4期第1-20页(Мэн Хуа. Принцип междисциплинарности в имагологических исследованиях // Сравнительное литературоведение Китая. 2000. № 4. С. 1-20).
33. 孟华, 比较文学形象学. 北京: 北京大学出版社, 2001年, 322页(Мэн Хуа. Имагология в рамках сравнительного литературоведения. Пекин: Изд-во Пекинского университета, 2001. 322 с.).
34. 欧阳昱, 表现他者: 澳大利亚小说中的中国人(1888-1988). 新华出版社, 2000年, 263页(Оуян Юй. Описание других: китайцы в австралийских романах: 1888-1988. Пекин, 2000. 263 с.).
35. 沈晓敏, 权五铨, 中国社会教科书中的国家形象透析 – 以人教版和科教版“品德与社会”为例 // 全球教育展望, 2010(12), 第32-37页(Шэнь Сяомин, Цюань Усянь. Анализ образа страны в китайских учебниках по социологии: на примере тематического исследования учебника «Личность и общество» издательств «Народное образование» и «Научное образование» // Глобальная перспектива образования. 2010. № 12. С. 32-37).
36. 沈影, 吴刚, 俄罗斯区域媒体中的中国形象 – 以《州报》、《实业界》、《乌拉尔政府网》报道为例 // 俄罗斯东欧中亚研究, 2013(1): 第17-22页(Шэнь Ин, У Ган. Образ Китая в российских региональных СМИ – на примере «Областной газеты» и журнала «Деловой квартал» // Российско-восточноевропейские и среднеазиатские исследования. 2013. № 1. С. 17-22).
37. 宋虎堂, 论比较文学形象中的“变异” // 社会科学论坛, 2016(11): 第69-77页(Сун Хутан. О трансформации исследований образа в сравнительном литературоведении // Форум по социальным наукам. 2016. № 11. С. 69-77).
38. 宋伟杰, 中国·文学·美国·美国小说戏剧中的中国形象. 花城出版社, 2003, 513页(Сун Вэйцзе. Китай, литература, Америка: образ Китая в американских драмах. Кантон, 2003. 513 с.).
39. 苏华, 试论巴金小说中的法国形象 // 文艺理论与批评, 1993(12), 第123-129页(Су Хуа. Изучение образа Франции в романах Ба Цзиня // Теория литературоведения и критика. 1993. № 12. С. 123-129).
40. 苏永前, 中国现代文学中的日本形象 // 江西教育学院学报, 2015(6), 第76-81页(Су Юнцян. Образ Японии в современной китайской литературе // Вестник Цзянсиского педагогического института. 2015. № 6. С. 76-81).
41. 钱皓, 钱晓明, 大众话语中的美国形象与中美关系 // 国际经济评论, 2003(3-4), 第44-49页(Цянь Хао, Цянь Сяомин. Образ США в популярном дискурсе и отношения между Китаем и США // Международный экономический обзор. 2003. № 3-4. С. 44-49).
42. 谭建川, 近代日本教科书中的中国形象 // 东疆学刊, 2014(1), 第86-90页(Тан Цзяньчуань. Образ Китая в современных японских учебниках // Дунцзян. 2014. № 1. С. 86-90).
43. 汤光鸿, 论国家形象 // 国际问题研究 2004(4) 第18-23页(Тан Гуанхун. Об образе страны // Исследования международных проблем. 2004. № 4. С. 18-23).
44. 童庆炳, 文学理论要略. 北京: 人民文学出版社, 1998, 396页(Тун Цинбин. Краткий очерк теории литературы. Пекин, 1998. 396 с.).
45. 王志强, 陈富, 德国中学历史教科书中的中国形象 // 德国研究, 2017(4), 第93-128页(Ван Чжицян, Чэнь Фу. Образ Китая в немецких школьных учебниках по истории // Немецкие исследования. 2017. № 4. С. 93-128).
46. 卫景宜, 西方语境的中国故事. 中国美术学院出版社, 2002, 194页(Вэй Цзиньи. Китайские рассказы в западном контексте. Ханчжоу, 2002. 194 с.).
47. 伍依兰, 形象学在中国的传播、发展与前景 // 社会科学论坛, 2000(6). 第155-158页(У Илань. Возникновение, развитие и перспективы имагологии в Китае // Форум по социальным наукам. 2000. № 6. С. 155-158).
48. 杨乃乔, 比较文学概论. 北京: 北京大学出版社, 2006. 429页(Ян Найцяо. Общая характеристика сравнительного литературоведения. Пекин, 2006. 429 с.).



49. 杨绪明, 廖扬敏, 贾力耘, 全球语境下中国语言形象构建刍议 // 广西师范学院学报(哲学社会科学版) 2014(5): 81-85 页 (Ян Сюмин, Ляо Янминь, Цзя Лицзюнь. О создании образа китайского языка в глобальном контексте // Вестник Гуансийского педагогического института. Серия «Философские и социальные науки». 2014. № 5. С. 81-85).
50. 姚京明, 中国镜像的明与暗——葡萄牙十六至十九世纪文学中的中国形象: 博士论文, 2005, 151 页 (Яо Цзинмин. Яркость и мутность китайских зеркал – образ Китая в португальской литературе с XVI в. по XIX в.: докторская диссертация. Шанхай, 2005. 151 с.).
51. 尹德翔, 关于形象学实践的几个问题 // 文艺评论, 2005 年, 第 6 期, 第 9-13 页 (Инь Дэсян. Несколько вопросов о практике имагологии // Критика и литературоведение. 2005. № 6. С. 9-13).
52. 乐黛云, 张辉, 文化与文学形象. 北京, 北京大学出版社, 1999, 375 页 (Передача культуры общения и литературный образ / ред. Юе Дайюнь, Чжан Хуань. Пекин, 1999. 375 с.).
53. 张法, 国家形象概论 // 文艺争鸣, 2008, 第 7 期, 第 23-29 页 (Чжан Фа. Общая характеристика образа страны // Литературная борьба. 2008. № 7. С. 23-29).
54. 张京品, 日本媒体的中国形象之建构 – 以“毒饺子事件”的报道为中心 // 日语教育与日本学研究: 大学日语教育研究国际研讨会论文集, 上海, 2011, 第 350-354 页 (Чжан Цзинпинь. Создание образа Китая в японских СМИ – на материале «Отравленных пельменей» // Японское образование и японские исследования: сборник статей Международной конференции по изучению японского языка (г. Шанхай, 20-22 мая 2011 г.). Шанхай, 2011. С. 350-354).
55. 张梦, 周文静, 杨义清, 张景昊, 马聪敏, 中国主流媒体对德国国家形象的建构 – 以 2014 年《人民日报》涉及德国的报道为例 // 新闻世界, 2015, 第 12 期, 第 119-121 页 (Чжан Мэн и др. Создание образа Германии в китайских СМИ: на материале газеты «Жэньминь жибао» 2014 г. // Мир новостей. 2015. № 12. С. 119-121).
56. 张晓芸, 翻译研究的形象学视角. 上海: 上海译文出版社, 2010. 160 页 (Чжан Сяюнь. Имагологический аспект переводных исследований. Шанхай, 2010. 160 с.).
57. 张怡宇, 论 20 世纪法国小说中的中国人形象: 硕士论文, 上海, 2006, 67 页 (Чжан Йию. Об образе китайцев во французских романах XX века: магистерская диссертация. Шанхай, 2006. 67 с.).
58. 张月, 观看与想象——关于形象学和异国形象 // 郑州大学学报(哲学社会科学版), 2002, № 3, 第 110-119 页 (Чжан Юэ. Наблюдение и воображение – об имагологии и образе «чужой страны» // Вестник Чжэнчжоуского университета. Серия «Философские и социальные науки». 2002. № 3. С. 110-119).
59. 赵梅, 清末以来中国中学历史教科书中的美国形象 // 美国研究, 2006 (4), 第 51-71 页 (Чжао Мэй. Образ США в китайских школьных учебниках по истории // Исследования США. 2006. № 4. С. 51-71).
60. 赵晓琪, 谭枫凡, 当代香港文学中的英国形象 // 江苏社会科学, 2017, 第 5 期, 第 203-207 页 (Чжао Сюэци, Тань Фэнфан. Образ Великобритании в современной гонконгской литературе // Общественные науки в Цзянсу. 2017. № 5. С. 203-207).
61. 赵颖, 争议与繁荣: 关于当今中国形象学的研究 // 文艺争鸣, 2014, 第 8 期, 第 110-114 页 (Чжао Ин. Противоречие и процветание: исследование современной китайской имагологии // Литературная борьба. 2014. № 8. С. 110-114).
62. 周宁, 中国形象: 西方的学说与传说. 学苑出版社, 2004, 537 页 (Чжоу Нин. Образ Китая: западные доктрины и легенды. Пекин, 2004. 537 с.).
63. 周宁, 天朝遥远——西方的中国形象研究(上下卷). 北京大学出版社, 2006, 413 页 (Чжоу Нин. Далёкое Тяньчао – исследования образа Китая на Западе. Пекин, 2006. 413 с.).
64. 周宁, 宋炳辉, 西方的中国形象研究——关于形象学学科领域与研究范式的对话 // 中国比较文学, 2005, 第 2 期, 第 148-161 页 (Чжоу Нин, Сун Бинхуй. Исследование образа Китая на Западе – диалог об имагологии и её исследовательской парадигме // Сравнительное литературоведение в Китае. 2005. № 2. С. 148-161).
65. 周宁, 跨文化形象学: 当下中国文化自觉的三组问题 // 厦门大学学报(哲学社会科学版), 2008, № 6, 第 5-11 页 (Чжоу Нин. Межкультурная имагология: три группы проблем в современном китайском культурном сознании // Вестник университета Сямэнь. Серия «Философские и социальные науки». 2008. № 6. С. 5-11).
66. 周宁, 跨文化形象学: 以中国为方法——《世界的中国形象研究丛书》总序 // 社会科学论坛, 2010, № 2, 第 5-12 页 (Чжоу Нин. Межкультурная имагология в Китае – предисловие к книге «Исследования образа Китая в мире» // Форум по социальным наукам. 2010. № 2. С. 5-12).
67. 周宁, 李勇, 究竟是“跨文化形象学”还是“比较文学形象学” // 学术月刊, 2013, № 5, 第 5-12 页 (Чжоу Нин, Ли Юн. «Межкультурная имагология» или «имагология сравнительного литературоведения» // Ежемесячный академический журнал. 2013. № 5. С. 5-12).
68. 邹晓玲, 从《人民日报》元旦社论标题语言看国家形象塑造 // 重庆交通大学学报(社会科学版), 2018 (2), 第 121-124 页 (Цзоу Сяолин. Образ страны в названиях аналитических статей о Новом годе (на материале газеты «Жэньминь жибао») // Вестник Чунцинского транспортного университета. Серия «Философские и социальные науки». 2018. № 2. С. 121-124).

## PHILOLOGICAL IMAGOLGY IN CHINA: RESEARCH SURVEY

Song Dandan

Siberian Federal University, Krasnoyarsk  
song0301@mail.ru, songdan0301@yahoo.com

The article examines the basic scientific works in the sphere of philological imagology in China. The paper discovers the origins and specificity of philological imagology in this country; the author focuses on identifying the main trends of imagological studies and concludes that philological imagology in China was initially oriented to the western theories and focused on studying the country's image abroad. Such investigations are empirical: they are aimed to find the ways and methods to improve China's image.

*Key words and phrases:* imagology; philological imagology; China; country's image; China's image; image of the "Other".