

Го Индун**Дальневосточный федеральный университет****г. Владивосток, Российская Федерация**

go.in@dvfu.ru

Восприятие импликатур китайского дипломатического дискурса русскоязычной аудиторией (на основе GLMM)

Аннотация

Цель данного исследования заключается в том, чтобы выявить степень убедительности различных категорий импликатур в китайском дипломатическом дискурсе для русскоязычной аудитории. Материалом для исследования послужили тексты пресс-конференций Министерства иностранных дел Китая с января по июнь 2024 гг. В целом, исследование опирается на теории прагматической лингвистики, психолингвистики и статистики. В данной работе использовался метод анализа текста в программе JASP при выполнении дисперсионного анализа экспериментальных текстовых данных в программе ANOVA. Кроме того, лингвистический эксперимент был разработан и проведён на платформе Gorilla, предназначенной для построения и сбора данных онлайн-исследований. Участники – 30 носителей русского языка – были случайным образом набраны через платформу Prolific, специализирующуюся на профессиональном рекрутинге испытуемых. Статистическая обработка данных проводилась в программе Rstudio для построения обобщённых линейных моделей смешанных эффектов (Generalized Linear Mixed Model – GLMM). В ходе эксперимента оценивались три категории импликатур (по Г. П. Грайсу): обобщённая (категория А), частная (категория В) и конвенциональная (категория С). Анализ 450 реакций испытуемых показал, что, во-первых, обобщённая импликатура является наиболее убедительной для русской аудитории, поскольку информация, выводимая с помощью семантической логики вызывает больше доверия у данной аудитории. Во-вторых, между частной и конвенциональной импликатурами статистически значимой разницы не обнаружено, но выявлено, что обе они для русскоязычной аудитории обладают значительно более низкой убедительностью по сравнению с обобщённой импликатурой.

Ключевые слова: китайский дипломатический дискурс, обобщённая импликатура, частная импликатура, конвенциональная импликатура, русскоязычная аудитория, степень убедительности

© Го И. 2025

Для цитирования: Го И. Восприятие импликатур китайского дипломатического дискурса русскоязычной аудиторией (на основе GLMM) // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2025. Вып. 11, № 2. С. 51–62. <https://doi.org/10.22250/24107190-2025-11-2-51>

Guo Yingdong**Far Eastern Federal University****Vladivostok, Russian Federation**

go.in@dvfu.ru

Perception of implicatures in Chinese diplomatic discourse by Russian-speaking audience (Based on GLMM)

Abstract

This article aims to examine the persuasiveness of various types of implicatures in Chinese diplomatic discourse for Russian-speaking audience. The material was comprised by texts of press conferences of the Chinese Ministry of Foreign Affairs from January through June, 2024. On the whole, this research adopts the theoretical

frameworks of pragmatics, psycholinguistics and statistics. The study used text analysis JASP software for ANOVA to process the experimental text data. Then the linguistic experiment was designed and conducted on the Gorilla platform, which is intended for building and collecting data from online studies. The participants – 30 native Russian speakers – were randomly recruited through the Prolific platform, which specializes in professional participant recruitment. Statistic analysis was performed using Rstudio software to build Generalized Linear Mixed Models. During the experiment, 3 categories of implicatures (based on H. P. Grice) were tested: generalized implicature (category A), particularized implicature (category B) and conventional implicature (category C). The analysis of 450 reactions obtained from the participants showed that, first, generalized implicature exhibits the highest level of persuasiveness for Russian audience as far as messages employing semantic logical reasoning appear more compelling for this audience. Second, no statistically significant difference was found between particularized and conventional implicatures, however, they both were found considerably less persuasive compared to generalized implicature.

Keywords: Chinese diplomatic discourse, generalized implicature, particularized implicature, conventional implicature, Russian-speaking audience, persuasiveness degree

© Guo Y. 2025

For citation: Guo, Y. (2025). Vospriyatie implikatur kitayskogo diplomaticheskogo diskursa russkoyazychnoy auditoriyey (na osnove GLMM) [Perception of implicatures in Chinese diplomatic discourse by Russian-Speaking audience (Based on GLMM)]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 11 (2), 51–62. <https://doi.org/10.22250/24107190-2025-11-2-51>

1. Введение [Introduction]

Основной аудиторией дипломатического дискурса является иностранная публика [Bjola, Jiang, 2015, p. 71–88]. Можно сказать, что дипломатический дискурс представляет собой влияние страны на иностранную публику, а убедительность является элементом международного влияния страны, и это также цель, к которой должен стремиться дипломатический дискурс Китая [Semenov, Tsvyk, 2021, p. 565–586]. Русские учёные также утверждают, что воздействующая функция считается главной функцией, присущей любому дипломатическому дискурсу (см., напр., [Миронова, 2018, с. 278–281]). Как видно, если дипломатический дискурс страны не убеждает другие страны, то можно сказать, что такой дипломатический дискурс не является успешным.

Убеждение – один из способов манипулирования [Степанова, 2012, с. 107]. Убеждающие приёмы могут быть основаны на манипулировании информацией (её изъятие, дробление, избыточность и др.) и законами формальной логики (их нарушение и умелое использование) [Дотдаева, 2011, с. 87–96]. Американский лингвист Герберт Пол Грайс обобщил вышеописанное языковое явление с прагматической точки зрения (на материале английского языка), рассмотрел его как имплицитную коммуникацию и предложил импликатуры, возникающие в результате нарушения принципа кооперации [Грайс, 1985], что заложило основу для изучения дополнительных смыслов. Психолингвист Е. Ломбарди Валлаури также считал, что использование имплицитной коммуникации необходимо для повышения убедительности дискурса [Lombardi Vallauri, 2016]. Цель данного исследования заключается в том, чтобы выяснить степень убедительности различных категорий импликатур в китайском дипломатическом дискурсе для русскоязычной аудитории.

2. Теоретическая база [Theoretical grounds]

Импликатура – это имплицитный смысл высказывания, т. е. дословно не выраженный в высказывании информационный комплекс, который извлекается в результате

смыслового вывода (импликации) с привлечением дополнительных элементов из когнитивной среды, другими словами, фоновых знаний [Ситдикова, 2015, с. 72–77]. По мнению П. Грайса, для успешной коммуникации обе стороны диалога должны соблюдать четыре принципа кооперации: качество, количество, отношения и модальность. Однако в настоящем диалоге люди могут нарушать эти принципы, создавая дополнительные смыслы, и имплицатура является теоретическим объяснением этого лингвистического явления [Грайс, 1985, с. 217–222]. Отсюда следует, что имплицатура является важным выражением имплицитной коммуникации [Cominetti et al., 2023, p. 41–64].

Имплицатуры подразделяются на конвенциональные и коммуникативные, а коммуникативные имплицатуры, в свою очередь, делятся на частные и обобщённые [Грайс, 1985, с. 217–222] (см. также на немецком материале [Доржиева, 2018, с. 334–338]). **К о н в е н ц и о н а л ь н а я** имплицатура – это имплицатура, создаваемая некоторыми словами и выражениями (напр., дискурсивными маркерами) со значениями, обладающими свойством истинности и не подлежащими отмене в силу «соглашения» или «договорённости» коммуникантов (т. е. со свойствами пресуппозиции) [Алешина, 2018, с. 98; Cominetti et al., 2023, p. 43]. Если имплицатура возникает на основе контекстно-обусловленного значения лексической единицы, то она получает название **ч а с т н о й**. **О б о б щ ё н н а я** имплицатура, наоборот, выводится собеседником / реципиентом на основе не зависящего от контекста значения лексической единицы с опорой на общие языковые правила и, таким образом, занимает промежуточное положение между конвенциональной и частной имплицатурами [Там же]. В данной статье принимается именно эта классификация: конвенциональная имплицатура – обобщённая имплицатура – частная имплицатура.

Информация, которая не воспринимается адресатом, снижает когнитивную бдительность по сравнению с прямой информацией [Sperber et al., 2010, p. 359–393]. Основываясь на этом утверждении, Валлаури и Масиа объединяют особенности различных категорий имплицатур и доказывают, что существует разница в степени убедительности различных имплицатур, которая в порядке убывания выглядит так: частная имплицатура > обобщённая имплицатура > конвенциональная имплицатура [Vallauri, Masia, 2014, p. 161–184]. Однако их исследование было ограничено анализом дипломатического дискурса носителей английского языка. В этой связи нельзя не задаться вопросом о том, как выражается убедительность в имплицатурах дипломатического дискурса других стран и является ли предложенная градация убедительности имплицатур универсальной. Чтобы ответить на данный вопрос, был проведён альтернативный лингвистический эксперимент на материале 15 текстов, представляющих китайский дипломатический дискурс.

3. Методология эксперимента [Experimental methodology]

3.1. Участники [Participants]

В эксперименте приняли участие 43 носителя русского языка, отобранных методом случайной выборки среди зарегистрированных участников онлайн-платформы Prolific (www.prolific.com), специализирующейся на профессиональном рекрутинге испытуемых. По условиям эксперимента время выполнения задания должно было составлять не более 40 минут, а балл – не менее 6 (был определён на основе среднего балла трёх носителей русского языка в предварительном эксперименте $((8+6+4) \div 3 = 6)$). Указанным требованиям не соответствовали 13 человек, в связи с чем они были исключены из подсчётов. В итоге, количество участников снизилось до 30 человек (13 мужчин и 17 женщин). Их средний возраст составил около 23 лет, возрастной диапазон – 18–28 лет. Среди них было

17 студентов бакалавриата, 11 магистрантов и 2 аспиранта. Каждый участник имел нормальные навыки чтения и практического владения языком. Каждому участнику было предложено выполнить задания на распознавание убеждающего содержания в текстах, относящихся к разным категориям (внутригрупповой эксперимент). Участники читали отрывки текста и выбирали тот вариант ответа, который, по их мнению, наиболее точно отражает подразумеваемый смысл. Независимой переменной выступала успешность выполнения задания – совпадение выбора участника с заранее установленным эталонным вариантом (дихотомическая переменная). Всем 30 испытуемым был выплачен взнос за участие в размере 400 рублей/чел.

3.2. Материалы эксперимента [Experimental materials]

Первичный экспериментальный материал был отобран из текстов пресс-конференций Министерства иностранных дел Китая с января по июнь 2024 гг. (<https://www.mfa.gov.cn/>). Речевые образцы были разделены на две группы. В первую группу вошли вопросы журналистов (1 речевой образец = 1 вопросительное предложение). Вторую группу составили ответы спикеров (1 ответ = 3 предложения). В одном из трёх предложений ответа присутствовала импликатура. Все материалы были переведены с помощью программы искусственного интеллекта DeepL и скорректированы человеком-переводчиком вручную и после этого предъявлены на проверку трём экспертам – носителям русского языка на предмет соответствия принятым в данном языке нормам. Все вопросы с соответствующими им ответами были разделены на три категории: категория А – обобщённая импликатура, категория В – частная импликатура и категория С – конвенциональная импликатура. В разделе 3.2.1 приведены примеры на каждую категорию.

3.2.1. Примеры категоризованных вопросов и ответов [Categorized samples of questions and answers]

В контексте вопрос журналиста выделен жирным курсивом. В ответе жирным курсивом выделено предложение, содержащее импликатуру.

Обобщённая импликатура. Обобщённая импликатура не опирается на контекст и фиксированное значение слов. Адресат извлекает дополнительную информацию из буквального значения предложения. В китайском дипломатическом дискурсе обобщённая импликатура позволяет слушателю использовать свой собственный опыт для дополнения “скрытой информации”, чтобы получить “точную информацию”, содержащую истинные интенции.

Пример 1:

Вопрос (в контексте): *Мы отмечаем, что на днях президент США Джо Байден сказал в интервью, что инициатива “Один пояс и один путь” стала ответительной. Каков комментарий Китая по этому поводу?*

Ответ: *Только народ страны-участницы имеет право оценивать инициативу “Один пояс и один путь”. Африка – один из самых активных регионов, участвующих в ней, и в Африке произошли значительные изменения. Мы ожидаем, что Соединенные Штаты выделят деньги и сделают что-то реальное для развития и возрождения Африки.*

“Только ... имеет право оценивать...” значит “Если бы не было ... нет права оценивать...”. Дополнение или умозаключение логической семантики в таких высказываниях выполняется самим адресатом, то есть адресат убеждает себя собственным мышлением. Однако обобщённая импликатура всё равно должна опираться на буквальное значение речевого образца для создания новой семантики, поэтому ещё существует возможность вызвать когнитивную бдительность у адресатов [Cominetti et al., 2023, p. 41–64].

Частная импликатура. В китайском дипломатическом дискурсе частная импликатура обычно выражается в предложениях, которые не связаны с темой разговора. Здесь, в отличие от общей импликатуры, получение информации полностью зависит от контекста.

Пример 2:

Вопрос (в контексте): *Вчера премьер-министр Малайзии Анвар заявил, что Китай рассматривает все действия по сдерживанию своего военного и экономического развития как отрицание заслуженного места Китая в истории. Какова реакция Китая на такие комментарии?*

Ответ: *Развитие Китая – это развитие мирной силы в мире. Развитие Китая опирается на независимость и самодостаточность. Мы всегда были привержены сотрудничеству со всеми странами мира, выступая за многополярный мир и экономическую глобализацию.*

В вопросе журналиста предложен определённый контекст, а именно: «На военное и экономическое развитие Китая может повлиять поведение других стран». В этом контексте предложение «Развитие Китая опирается на независимость и самодостаточность» приобретает новый смысл, т. е. «Никакое поведение не может повлиять на военное и экономическое развитие Китая». Новый смысл полностью приобретается самим адресатом через контекст и является более убедительным.

Конвенциональная импликатура. В китайском дипломатическом дискурсе конвенциональная импликатура выражается с помощью дипломатического клише [Ли Луофэн, 1994, с. 96–99]. Семантика дипломатического клише более фиксирована и не зависит от контекста.

Пример 3:

Вопрос (контекст): *Министр иностранных дел Индии Субраманьям Джайшанкар заявил, что размещение такого большого количества войск в районе китайско-индийской границы не отвечает общим интересам обеих сторон. Чем быстрее будет решён этот вопрос, тем лучше будет для обеих сторон. Какова реакция Китая на это?*

Ответ: *Мы надеемся, что стороны будут двигаться навстречу друг другу, рассматривая двусторонние отношения в стратегической и долгосрочной перспективе. Будем настаивать на диалоге и сотрудничестве, избегать искусственных препятствий и прилагать усилия для содействия развитию отношений двух стран.*

Выражение «двигаться навстречу друг другу» является типичным дипломатическим клише китайского языка и часто используется в политической сфере для передачи смысла взаимного компромисса между двумя конфликтующими сторонами. Такое клише обычно основано на принципе вежливости, который скрывает негативный смысл «взаимного компромисса» и переводит его в позитивное русло «приближения друг к другу». Можно сказать, что дипломатическое клише усиливает убедительность для адресата с помощью эвфемизмов.

3.2.2. Обработка экспериментального текста [Experimental text editing]

Материал распределённый по вышеуказанным трём категориям (А, В, С), подвергся дальнейшей обработке на предмет влияния признаков текста на результаты эксперимента с 30 испытуемыми. Считается, что идеальное время для проведения онлайн-опроса исчисляется 10–20 минутами [Revilla, Höhne, 2020, p. 538–545]. По результатам 190 исследований, проведённых с XX века, было установлено, что человек читает со средней скоростью 175–320 слов в минуту [Brysbaert, 2019]. Мы берём медиану данного диапазона, которая равна 248 словам в минуту. В данном эксперименте на сессию с каждой категорией отводится 5 абзацев текста и 5 вопросов с четырьмя вариантами ответов. Всего 15 абзацев текста и 15 вопросов, около 3000 слов (с учётом коли-

чества слов во введении к эксперименту, анкете и т. д.). Ожидаемое время ответа составляет около 12 минут (время обдумывания не учитывается), что соответствует идеальному времени проведения онлайн-опроса.

Кроме того, мы подсчитали среднюю частоту слов и количество слов для каждого предложения. С помощью JASP был проведён ANOVA по частотам слов и количествам слов для каждой категории (табл. 1). Как видно, между средними частотами слов и средним количеством слов в текстах значительной разницы нет ($p > 0,05$), поэтому можно утверждать, что признаки экспериментального текста не оказывают значительного влияния на результаты онлайн-опроса.

Т а б л и ц а 1. Результаты ANOVA по средней частоте слов и количеству слов
[T a b l e 1. ANOVA results on mean word frequency and number of words]

Параметр	Категории	Сумма квадратов	Степень свободы	Средний квадрат	F значение	P значение
Среднее частоты слов	A	7.333	4	1.833	1.719	0.222
	B	4.000	4	1.000	0.750	0.580
	C	2.400	4	0.600	0.333	0.849
	Все категории	4.844	2	2.422	1.825	0.174
Среднее количество слов	A	0.550	4	0.137	0.215	0.924
	B	2.586	4	0.646	2.115	0.153
	C	1.443	4	0.361	0.727	0.593
	Все категории	0.211	2	0.106	0.233	0.793

3.3. Процессы эксперимента [Processes of experiment]

Для разработки эксперимента и сбора данных мы использовали платформу “Gorilla” (<https://app.gorilla.sc/admin/home>). Основные процессы эксперимента (рис. 1) начинаются со стартового слайда (start), слайда описания эксперимента (Аннотация) и слайда сбора информации об участнике (questionnaire), на котором собирается информация о поле, возрасте, языке и образовании. Затем появляется окно эксперимента, в котором испытуемый работает с предъявляемым текстовым материалом, а после окончания эксперимента устанавливается узел отбраковки (Branch) для сбора данных с оценкой 6 и более баллов и отсева данных с меньшим количеством баллов. Использовалась 15-балльная шкала, с возможным минимумом 0 и возможным максимумом 15. Участники, набравшие < 6 баллов, завершают своё участие в эксперименте (reject), а участники, набравшие ≥ 6 баллов, переходят к слайду оценки эксперимента (questionnaire 2), в котором оценивается, насколько хорошо они поняли убеждающее содержание представленного текста по шкале от 1 до 4, где 1 означает «полностью понял», а 4 – «совсем не понял». Далее наступает завершающая фаза (ending).

Слайд эксперимента является важнейшей частью данного исследования. Эксперимент проводился в режиме методики регулирования скорости чтения (self-paced reading task), позволяющей испытуемому читать предложения по частям со скоростью, с которой он читает обычно. Конкретный процесс слайда эксперимента (рис. 2) выглядит следующим образом: точка взгляда 500 ms (Fixation), контекст (вопрос журналиста), предложение 1 (ответ спикера), предложение 2 (ответ спикера), предложение 3 (ответ спикера), вопрос (выбор из четырёх вариантов). В конце эксперимента переход на слайд

с благодарностью 3000 ms. (рис. 3) После того как все данные были собраны, они были загружены и проанализированы (рис. 4).

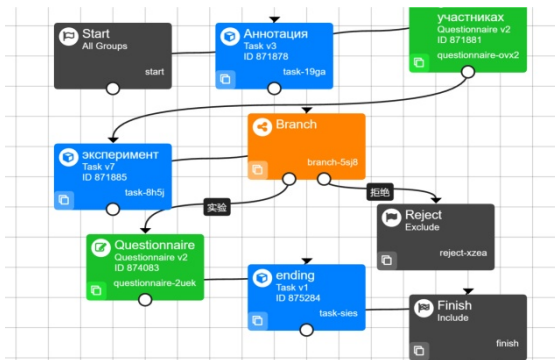


Рисунок 1. Общая схема эксперимента
[Figure 1. General scheme of the experiment]

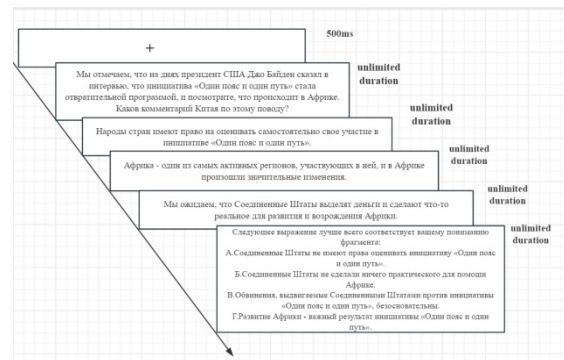


Рисунок 2. Схема тестирования
[Figure 2. Testing scheme]

Эксперимент окончен, спасибо за участие!

Рисунок 3. Слайд благодарности
[Figure 3. Slide of gratitude]

Рисунок 4. Сбор данных
[Figure 4. Data collection]

4. Результаты [Results]

В ходе сбора данных было получено 450 реакций участников по трём импликатурам в целом (по 150 на каждую из трёх категорий). Результаты эксперимента показывают, что в целом степень убеждённости участников в прочитанном высказывании распределилась следующим образом: убедительно 214, не убедительно 236, при этом коэффициент убеждённости составляет около 47,56%. Если рассматривать по категориям отдельно, то для обобщённой импликатуры убеждены 118, не убеждены 32, коэффициент убеждённости составляет около 78,67%; для частной импликатуры убеждены 49, не убеждены 101, коэффициент убеждённости составляет около 32,67%; для конвенциональной импликатуры убеждены 47, не убеждены 103, коэффициент убеждённости составляет около 31,33%. Таким образом, результаты по частной и конвенциональной импликатурам очень схожи, а по обобщённой значительно отличаются от указанных двух.

Учитывая, что индивидуальные различия участников могут влиять на точность экспериментальных результатов, в данном исследовании использовалась программа анализа данных Rstudio для построения обобщённой линейной смешанной модели (GLMM). Данная модель может учитывать влияние индивидуальных различий на результаты при анализе различий между категориями импликатур на убедительность

участников. Мы настроили модель на 450 наблюдений (количество вопросов $15 \times$ количество людей $30 = 450$). Результаты (табл. 2) свидетельствуют о том, что интерцепт (Intercept = категория А) значим (p значение $< 0,001$). Это показывает, что выявленная для категории А разница в убедительности является статистически значимой.

Категория В: оценка влияния на убедительность (Estimate) = -2,0282; стандартная ошибка (SE) = 0,2646; Z значение = -7,664; p значение $< 0,001$. Это указывает на то, что влияние категории В на убедительность участников было снижено в среднем на 2,0282 единицы по сравнению с категорией А. Категория С: оценка влияния на убедительность (Estimate) = -2,0895; стандартная ошибка (SE) = 0,2659; Z значение = -7,858; p значение $< 0,001$. Это говорит о том, что категория С также оказала значительное негативное влияние на убедительность участников, и даже в несколько более значительной степени, чем категория В ($-2,0282 > -2,0895$).

Т а б л и ц а 2. Результаты обобщённой линейной модели смешанных эффектов
[T a b l e 2. Results of the generalized linear mixed effects model]

Фиксированные эффекты	Оценка	Стандартная ошибка	Z значение	P значение
интерцепт	1.3049	0.1993	6.547	$< 0.001^{***}$
категория В	-2.0282	0.2646	-7.664	$< 0.001^{***}$
категория С	-2.0895	0.2659	-7.858	$< 0.001^{***}$

Примечание к таблице 2: интерцепт = обобщённая импликатура (категория А), категория В = частная импликатура, категория С = конвенциональная импликатура; коды признаков: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*'

Чтобы чётче сравнить влияние трёх категорий импликатур на убедительность, был проведён тест множественного сравнения (Posthoc test) (табл. 3), и на основе полученных данных был построен джиттер-плот (jitter plot) (рис. 5).

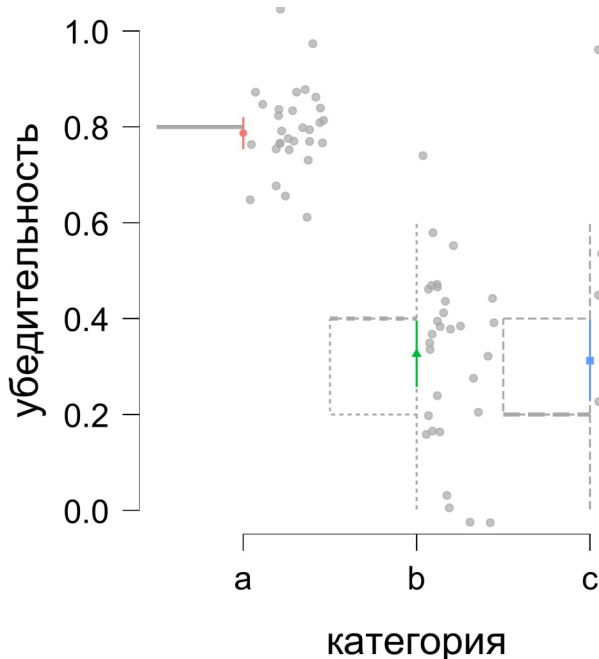
Т а б л и ц а 3. Результаты теста множественного сравнения
[T a b l e 3. Multiple comparison test results]

Контраст категорий	Оценка	Стандартная ошибка	Степень свободы	Z значение	P значение
А — В	2.0282	0.265	Inf	7.664	< 0.0001
А — С	2.0895	0.266	Inf	7.858	< 0.0001
В — С	0.0613	0.248	Inf	0.248	0.9668

Примечание к таблице 3: категория А = обобщённая импликатура, категория В = частная импликатура, категория С = конвенциональная импликатура

Как видно из таблицы 3, при сравнении между обобщённой и частной импликатурами наблюдается статистически значимая разница: оценка (Estimate) = 2,0282, стандартная ошибка (SE) = 0,265, степень свободы (df) = бесконечность (Inf), Z значение = 7,664, P значение $< 0,0001$. Значимая разница выявлена и при сравнении обобщённой и конвенциональной импликатур: оценка (Estimate) = 2,0895, стандартная ошибка (SE) = 0,266, степень свободы (df) = бесконечность (Inf), Z значение = 7,858, P значение $< 0,0001$. При сравнении частной и конвенциональной импликатур статистически значимой разницы не выявлено: оценка (Estimate) = 0,0613, стандартная ошибка (SE) = 0,248, степень свободы (df) = бесконечность (Inf), Z значение = 0,248, P значение = 0,9668. Из таблицы 3 и

рисунка 5 хорошо видно, что эффект обобщённой импликатуры (категория А) является значимым, при этом эффекты двух остальных категорий незначительны.



Р и с у н о к 5. Джиттер-плот
[Figure 5. Jitter-plot]

5. Дискуссия [Discussion]

Результаты эксперимента показывают, что различные категории импликатур в китайском дипломатическом дискурсе обладают разной степенью убедительности для носителей русского языка. Среди них степень убедительности обобщённой импликатуры значительно выше среднего значения, а степень убедительности частной и конвенциональной импликатур значительно ниже среднего значения. Результаты обобщённой линейной модели смешанных эффектов согласуются со статистическими результатами исходных данных, которые свидетельствуют о том, что влияние индивидуальных различий носителей русского языка на уровень убедительности импликатур является не значимым. Из этого следует, что результаты данного эксперимента обладают универсальностью для российской аудитории.

Импликатура – это логическое семантическое отношение [Антошина, 2019, с. 83–90]. Это означает, что все следствия должны быть логически выведены [Грайс, 1985, с. 221] на основе контекста высказывания (как лингвистического, так и любого другого) и прочих фоновых знаний, конвенционального значения использованных слов и коммуникативного принципа кооперации [Аверина, 2011, с. 38–44].

Мы считаем, что это связано с тем, что обобщённая импликатура не ограничивается контекстом и лексикой, а информация выводится через дополнение или умозаключение. Адресат может вывести истинную интенцию предложения только с точки зрения семантической логики, которая в определённой степени преодолевает ограничения языка, культуры и социального фона. Кроме того, адресат с большей вероятностью будет убеждён информацией, полученной на основе его собственных умозаключений, что называется «когнитивным оптимизмом» [Vallauri et al., 2020, p. 95–123].

6. Заключение [Conclusion]

Итак, в данном исследовании ставилась цель определить степень убедительности различных категорий импликатур в китайском дипломатическом дискурсе для русскоязычной аудитории. Для этого использовались переведённые на русский язык отрывки из текстов пресс-конференций Министерства иностранных дел Китая, имевших место в период с января по июнь 2024 гг. Материал был обработан статистически и предъявлен 30 носителям русского языка для оценки степени убедительности высказываний китайских дипломатов. Полученные реакции также подверглись статистической обработке.

Анализ 450 реакций испытуемых показал, что, во-первых, обобщённая импликатура является наиболее убедительной для русской аудитории, поскольку информация, выводимая с помощью семантической логики вызывает больше доверия у данной аудитории. Во-вторых, между частной и конвенциональной импликатурами статистически значимой разницы не обнаружено, но выявлено, что обе они для русскоязычной аудитории обладают значительно более низкой убедительностью по сравнению с обобщённой импликатурой. Причина видится в том, что информация, выведенная через логику, более убедительна для носителей русской лингвокультуры. Контекст и специфическая лексика более тесно связаны с культурным и социальным фоном страны, и это может быть ключевым фактором того, что частная и конвенциональная импликации имеют низкую убедительность.

Полученные результаты имеют ряд ограничений. Одно из них – качество перевода текстового материала с китайского языка на русский, другое – разница менталитета и лингвокультур, в том числе разные традиции ораторского искусства и дипломатической практики. Кроме того, количество испытуемых было небольшим. Тем не менее, в данной статье предложено направление исследования, которое можно далее углубить и расширить. Результаты подобных исследований могут оказать фактическую поддержку переводчикам текстов, представляющих дипломатический дискурс.

Библиографический список

- Антошина, 2018 – Антошина Д. В. Термин «импликация» и его аналоги в прагматике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 7-1 (85). С. 97–102. <https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-7-1.22>
- Антошина, 2019 – Антошина Д. В. Использование понятия импликации для обозначения логико-семантических отношений в семантике и прагматике // Вестник Воронежского гос. ун-та. Сер. : Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2019. № 1. С. 83–90.
- Аверина, 2011 – Аверина Е. В. Логическое редактирование оценочных суждений // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 2. С. 38–44.
- Грайс, 1985 – Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. М. : Прогресс. 1985. С. 217–222.
- Дотдаева, 2011 – Дотдаева Ф. И. Самопрезентация президентов США (на материале американского президентского дискурса) // Политическая Лингвистика. 2011. № 4. С. 87–96.
- Доржиева, 2018 – Доржиева Д. Ц. Воздействующий потенциал импликатур в тексте немецкой аналитической статьи // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 11-2 (89). С. 334–338. <https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-11-2.26>
- Миронова, 2018 – Миронова Е. В. Специфика и роль дипломатического дискурса в процессе международного общения // Теория и практика современной науки. 2018. № 12 (42). С. 278–281.
- Степанова, 2012 – Степанова М. А. Манипулятивные приёмы как средство создания образов политических деятелей (на материале ориентационных публичных выступлений Бара-

- ка Х. Обамы и Дэвида У. Д. Кэмерона) // Вестник МГОУ. Сер. «Лингвистика». 2012. № 4. С. 106–112.
- Ситдикова, Сабирова, 2015 – Ситдикова Ф. Б., Сабирова Р. Н. Вывод имплицатуры как условие успешного акта коммуникации // Вестник Вятского гос. гум. ун-та. 2015. № 10. С. 72–77.
- Bjola, Jiang, 2015 – Bjola C, Jiang L. Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China / *Digital diplomacy*. Routledge, 2015. P. 71–88.
- Brysbaert, 2019 – Brysbaert M. How many words do we read per minute? A review and meta-analysis of reading rate // *Journal of Memory and Language*. 2019. Vol. 109. Article 104047. <https://doi.org/10.1016/j.jml.2019.104047>
- Cominetti et al., 2023 – Cominetti F, Cimmino D, Coppola C, Mannaioli G., Masia V. Manipulative impact of implicit communication: A comparative analysis of French, Italian and German political speeches // *Linguistik online*. 2023. Vol. 120, Iss. 2. P. 41–64. <https://doi.org/10.13092/lo.120.9716>
- Vallauri, 2016 – Vallauri L. E. The “exaptation” of linguistic implicit strategies // *SpringerPlus*. 2016. Vol. 5, Iss. 1. Article 1106.
- Vallauri, Masia, 2014 – Vallauri L. E., Masia V. Implicitness impact: Measuring texts // *Journal of Pragmatics*. 2014. Vol. 61. P. 161–184. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.09.010>
- Vallauri et al., 2020 – Vallauri E. L., Baranzini L., Cimmino D., Cominetti F., Coppola C., Mannaioli G. Implicit argumentation and persuasion: A measuring model // *Journal of Argumentation in Context*. 2020. Vol. 9, Iss. 1. P. 95–123.
- Revilla, Höhne, 2020 – Revilla M., Höhne J. K. How long do respondents think online surveys should be? New evidence from two online panels in Germany // *International Journal of Market Research*. 2020. Vol. 62, Iss. 5. P. 538–545. <https://doi.org/10.1177/1470785320943049>
- Semenov, Tsvyk, 2021 – Semenov A, Tsvyk A. The Approach to the Chinese diplomatic discourse // *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*. 2021. Vol. 14. P. 565–586. <https://doi.org/10.1007/s40647-021-00321-x>
- Sperber et al., 2010 – Sperber D., Clément F., Heintz Ch., Mascaro O., Mercier H., Origgi G., Wilson D. Epistemic Vigilance // *Mind and Language*. 2010. Vol. 25, Iss. 4. P. 359–393. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0017.2010.01394.x>
- Ли Луофэн, 1994 – 李洛枫. 外交辞令中的“委婉”艺术[J]. 理论学习月刊, 1994 (Z2):96-99 [Ли Луофэн. Искусство эвфемизма в дипломатии // *Theoretical Learning Monthly*. 1994. (Z2). С. 96–99]. <https://doi.org/10.15993/j.cnki.cn35-1198/c.1994.z2.020>

References

- Antoshina, D. V. (2018). Termin «implikatsiya» i ego analogi v pragmatike [The term “implication” and its analogues in pragmatics]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki* [*Philology. Theory & Practice*], 7-1 (85), 97–102. <https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-7-1.22>
- Antoshina, D. V. (2019). Ispol'zovanie ponyatiya implikatsii dlya oboznacheniya logikosemanticheskikh otnosheniy v semantike i pragmatike [The use of the notion of implication for the designation of logical-semantic relations in semantics and pragmatics]. *Vestnik Voronezhskogo gos. un-ta. Ser.: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya* [*Proc. of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*], 1, 83–90.
- Averina, E. V. (2011). Logicheskoe redaktirovanie otsenochnykh suzhdeniy [Logical editing of evaluative judgements]. *Vestnik Moskovskogo un-ta. Ser. 10. Zhurnalistika* [*Vestnik of Moscow University. Series 10. Journalism*], 2, 38–44.
- Grice, H. P. (1985). Logika i rechevoe obshchenie [Logic and speech communication]. *Novoe v zarubezhnoy lingvistike* [*New in Foreign Linguistics*] (Vol. 16, pp. 217–222). Moscow : Progress Press.
- Dotdaeva, F. I. (2011). Samoprezentatsiya prezidentov SShA (na materiale amerikanskogo prezidentskogo diskursa) [The USA Presidents’ selfpresentation (On the basis of American Presidential discourse)]. *Politicheskaya Lingvistika* [*Political Linguistics*], 4, 87–96.
- Dorzhieva, D. Ts. (2018). Vozdeystviyushchiy potentsial implikatur v tekste nemetskoj analiticheskoy stat'i [Influencing potential of implicatures in the German analytical article]. *Filologicheskie nauki*.

- Voprosy teorii i praktiki [Philology. Theory & Practice]*, 11-2 (89), 334–338. <https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-11-2.26>
- Mironova, E. V. (2018). Spetsifika i rol' diplomaticheskogo diskursa v protsesse mezhdunarodnogo obshcheniya [Specificity and role of diplomatic discourse in the international communication process]. *Teoriya i praktika sovremennoy nauki [Theory and Practice of Modern Science]*, 12 (42), 278–281.
- Stepanova, M. A. (2012). Manipulyativnye priemy kak sredstvo sozdaniya obrazov politicheskikh deyateley (na materiale orientatsionnykh publichnykh vystupleniy Baraka Kh. Obamy i Devida U. D. Kemerona) [Manipulative devices as means of creating images of politicians (on the material of orientational public speeches given by Barack H. Obama and David W.D. Cameron)]. *Vestnik MGOU. Ser. «Lingvistika» [Bulletin of the Moscow Region State University. Series "Linguistics"]*, 4, 106–112.
- Sitdikova, F. B., & Sabirova, R. N. (2015). Vyvod implikatury kak uslovie uspeshnogo akta kommunikatsii [Drawing the implicature of an utterance as the condition of a successful speech act]. *Vestnik Vyatskogo gos. gum. un-ta [Herald of Vyatka State University for Humanities]*, 10, 72–77.
- Bjola, C., & Jiang, L. (2015). Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China. *Digital diplomacy* (pp. 71–88). Routledge Press.
- Brysbaert, M. (2019). How many words do we read per minute? A review and meta-analysis of reading rate. *Journal of Memory and Language*, 109, Article 104047. <https://doi.org/10.1016/j.jml.2019.104047>
- Cominetti, F., Cimmino, D., Coppola, C., Mannaioli, G., & Masia, V. (2023). Manipulative impact of implicit communication: A comparative analysis of French, Italian and German political speeches. *Linguistik online*, 120 (2), 41–64. <https://doi.org/10.13092/lo.120.9716>
- Vallauri, E. L. (2016). The 'exaptation' of linguistic implicit strategies. *SpringerPlus*, 5 (1), Article 1106.
- Vallauri, L. E., & Masia, V. (2014). Implicitness impact: Measuring texts. *Journal of Pragmatics*, 61, 161–184. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2013.09.010>
- Vallauri, E. L., Baranzini, L., Cimmino, D., Cominetti, F., Coppola, C., & Mannaioli, G. (2020). Implicit argumentation and persuasion: A measuring model. *Journal of Argumentation in Context*, 9 (1), 95–123.
- Revilla, M., & Höhne, J. K. (2020). How long do respondents think online surveys should be? New evidence from two online panels in Germany. *International Journal of Market Research*, 62 (5), 538–545. <https://doi.org/10.1177/1470785320943049>
- Semenov, A., & Tsvyk, A. (2021). The Approach to the Chinese diplomatic discourse. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, 14, 565–586. <https://doi.org/10.1007/s40647-021-00321-x>
- Sperber, D., Clément, F., Heintz, Ch., Mascaro, O., Mercier, H., Origgi, G., & Wilson, D. (2010). *Epistemic Vigilance. Mind and Language*, 25 (4), 359–393. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0017.2010.01394.x>
- Li, L. (1994). Wai jiao ci ling zhong de “wei wan” yi shu [J]. li lun xue xi yue kan [The Art of Euphemism in Diplomacy. *Theoretical Learning Monthly*, Z2, 96–99]. <https://doi.org/10.15993/j.cnki.cn35-1198/c.1994.z2.020>