

На правах рукописи

ШАО ДЭВАНЬ

**ОТРАЖЕНИЕ РОССИЙСКО-КИТАЙСКИХ ОТНОШЕНИЙ
В РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ КНР 2006-2016 гг.
(ОБРАЗ КИТАЯ)**

Специальность 10.01.10. – Журналистика

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Москва – 2017

Работа выполнена на кафедре массовых коммуникаций
Федерального государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Научный руководитель:

доктор филологических наук, профессор **Барабаш Виктор Владимирович**,
заведующий кафедрой массовых коммуникаций филологического факультета
РУДН

Официальные оппоненты:

доктор филологических наук (10.01.10), доцент **Рева Екатерина
Константиновна**, заведующая кафедрой журналистики Пензенского
государственного университета

кандидат филологических наук (10.01.03) **Барабошкин Константин Евгеньевич**,
Научный сотрудник кафедры китайской филологии Института стран Азии и
Африки Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова

Ведущая организация – **Московский государственный институт
международных отношений (Университет) МИД России**

Защита диссертации состоится 28 апреля 2017 г. в 15-00
на заседании диссертационного Совета Д 212.203.23
при Российском университете дружбы народов по адресу: 117198, Москва, ул.
Миклухо-Маклая, д. 10, ауд.730.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Российского
университета дружбы народов (117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6)

Объявление о защите и автореферат размещены на сайтах <http://vak.ed.gov.ru> и
<http://dissovet.rudn.ru>.

Автореферат разослан «___» _____ 2017 года

Ученый секретарь диссертационного совета

кандидат филологических наук, доцент

А.Е. Базанова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Настоящее диссертационное исследование рассматривает особенности формирования образа Китая на страницах русскоязычных китайских СМИ в журналистских публикациях, посвященных российско-китайским отношениям в период 2006 – 2016 гг.

На современном этапе своего развития Китайская Народная Республика крайне озабочена тем, чтобы ее позиционирование на международной арене соответствовало современным вызовам. Особенно важным для страны являются ее взаимоотношения с таким стратегически значимым соседом, как Россия. Об этом открыто говорят политики и общественные деятели КНР. Китайский специалист в области изучения вопросов России Син Гуанчэн заявил, что «китайско-российские отношения в этом году вступили в новый период. Китай в ходе проведения политики открытости по всем азимутам должен уделить повышенное внимание развитию связей с Россией» [«Отношения между Китаем и Россией в этом году вступили в новый период» [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.kitaichina.com/se/txt/2011-12/19/content_413379.htm (Дата обращения - 14.05.2015)].

Создание научно обоснованной концепции формирования медиаобраза Китая, выявление характеристик, определяющих качество медиатекста, призванного формировать медиаобраз Китая на международной арене, связанных с компетентностными требованиями, определяющими профессиональный уровень китайского журналиста, формирующего медиаобраз Китая и отвечающего за качество функционирования соответствующих медиатекстов, позволит значительно повысить культуру формирования медиаобраза Китая и эффективность функционирования медиатекста о Китае в условиях глобализации массовых коммуникационных процессов и новых информационных потребностей аудитории.

Актуальность исследования заключается в том, что отношение к стране за рубежом складывается под воздействием того, что и как о ней пишут СМИ. Причем в иноязычной стране этот процесс осложняется языковым и культурным барьерами, поэтому в первую очередь образ формируется на основе публикаций, написанных на родном языке читателей. В многокомпонентной структуре образа особое место занимают взаимоотношения героя с другими персонажами коммуникации. В данном случае исследование освещения взаимоотношений Китая с Россией в русскоязычных СМИ КНР дает богатый перечень характеристик, который дополняет целостность образа и позволяет понять, как эти характеристики влияют на формирование имиджа Китая в России.

Новизна исследования заключается в том, что автор впервые обращается к материалу публикаций о российско-китайских отношениях, представленных в русскоязычных СМИ КНР, для выявления существенных характеристик образа Китая. Тем самым медиаобраз страны за рубежом дополняется важными чертами, которые выявляются при освещении взаимоотношений с Россией.

Понимание специфики формирования данных качеств в русскоязычных публикациях дает возможность систематизировать все слагаемые образа Китая в России и определить их имиджевую ценность. Особенности формирования межкультурного медиадискурса в современном российско-китайском информационном пространстве выявлены в результате анализа теоретических источников и рассмотрения медиадискурса с точки зрения межкультурной коммуникации в аспекте влияния актуальных коммуникативных процессов на журналистские тексты, их язык и стиль.

Самостоятельный вклад диссертанта в разработку данной темы заключается в том, что автор лично:

- обобщил предпосылки развития российско-китайских отношений и их освещения в СМИ Китая с точки зрения современных тенденций в изучении имиджеобразующих признаков;
- проанализировал основные тенденции в функционировании текстов сетевой печатной прессы;
- выявил особенности освещения российско-китайских отношений в русскоязычных СМИ КНР, связанные со схожими подходами в выборе языковых средств в российской и китайской журналистике;
- определил важные языковые средства и стилистические приемы, характерные для освещения российско-китайских отношений в русскоязычных китайских СМИ;
- исследовал большой массив ранее не изученного репрезентативного материала в аспекте его имиджевой привлекательности и значимости.

Теоретическая значимость работы заключается в уточнении существенных характеристик медиаобраза страны и его дополнении новым элементом, который формируется в результате освещения взаимоотношений Китая с Россией.

Кроме того исследование решает важную задачу системного научного изучения межкультурного взаимодействия России и Китая, а также предлагает новый подход к выявлению значимости медиаобраза в формировании имиджа Китая в России и определению роли процессов культурной диффузии в сближении китайских и российских медиатекстов на основе развития культурного плюрализма в условиях глобализации.

Рассматривая примеры языковых схождений в российской и китайской сетевой печати, автор предлагает понятие «красоты журналистского языка».

Объект исследования – русскоязычные публикации в ориентированных на российскую аудиторию СМИ КНР, освещающие российско-китайские отношения. Это журналистские тексты сектора международного информационного агентства «Синьхуа» на русском языке, Азиатского иллюстрированного обозрения «Россия и Китай», журнала «Китай» и газеты «Женьминь Жибао» на русском языке за период с 2006 по 2016 гг., общим объемом более 5 тысяч публикаций.

Предмет исследования – имиджеобразующие характеристики важного компонента медиаобраза Китая, который формируется в публикациях русскоязычных СМИ Китая, освещающих российско-китайские отношения.

Цель исследования: доказать, что в русскоязычных публикациях СМИ Китая, освещающих его взаимоотношения с Россией, с помощью особых медиадискурсных свойств, языковых средств и стилистических приемов раскрываются важные черты образа Китая, которые формируют его привлекательные имиджевые характеристики как друга, партнера и соседа.

Достижение цели диктует постановку **следующих задач:**

- рассмотреть и обобщить предпосылки становления российско-китайских отношений и их освещения в СМИ Китая с точки зрения формирования его образных имиджеобразующих качеств;
- определить факторы сближения российской и китайской журналистики и возможности выработки общего медиадискурса ;
- проанализировать массив публикаций в русскоязычных СМИ КНР с 2006 по 2016 гг. с целью выявления образно-имиджевых характеристик Китая и языковых средств их реализации в текстах о российско-китайских взаимоотношениях;

- выявить наиболее значимые медиадискурсные языковые средства и стилистические приемы, характерные для освещения российско-китайских отношений в русскоязычных китайских СМИ.

Методологическая основа и методы исследования. Методологической основой представленной работы являются принципы системности и научной объективности, а также описание, анализ, сопоставление и обобщение. Исследование опирается на комплекс таких общенаучных методов, как анализ и синтез, индукция и дедукция, количественно-качественный анализ.

Ситуационный подход обусловил расположение материала по тематическим блокам и структуру работы. Междисциплинарный подход, сочетающий в своей основе принципы научного исследования различных наук, определил использование конкретных методов историко-типологического исследования и использован с целью не только выявления специфических черт и характерных особенностей изучаемого явления, но и составления полной картины исследуемой сущности.

Теоретико-методологическая база исследования включает в себя работы, посвященные:

- формированию образов различных стран, в том числе и Китая (Ван Лицзю, Ван Сюй, Е.В. Варламова, А.Д. Воскресенский и др.);

- проблемам медиаобраза (Линвей Цзян, О.Ф. Русакова, Е.Н. Богдан, Л.В. Хочунская и др.) и имиджа государства (И.Ю. Глинская, И.А. Безотосный, В.В. Барабаш и др.);

- современному функционированию журналистики (У Синьсюнь, Цуй Баого, А.А.Гребельников, А.А.Тертычный и др.);

- исследованиям в области языка и стиля СМИ (Н.С. Валгина, В.Г. Костомаров, Т.А.Добросклонская, Чжан Цзюйси, Цзан Вэньцян и др.), лингвокультурологии (В.В. Воробьев; В.А. Маслова; В.М. Шаклеин), лингвострановедения (А.В. Суперанская Е.М. Верещагин; В.Г. Костомаров и др.); взаимообусловленности языка и культуры (Н.Д. Арутюнова, А. Вежбицкая и др.); нормы как формы выражения оценки (М.М. Бахтин, В.И. Карасик, И.А. Стернин и др.), афоризмов как жанра речи (Е.Е. Иванов, Л.И. Швыдкая и др.); специфики китайской и русской лингвокультур (Хуа Шао, Сюй Юйлон и др.)

Практическая значимость. Результаты исследования могут быть использованы в деятельности журналистов, PR-специалистов, политологов, культурологов, специалистов в области интернет-коммуникации, имиджмейкеров, исследователей жанров, языка и стиля СМИ. Основные материалы работы могут стать основой для написания спецкурсов по изучению Китая, стилистике и языку СМИ, жанровой системе журналистских текстов, особенностям интернет-СМИ, имиджологии, журналистике, связям с общественностью и массовой коммуникации.

Гипотеза исследования состоит в том, что журналистские публикации русскоязычных СМИ Китая, освещающие его взаимоотношения с Россией, раскрывают важные черты образа Китая и с помощью особых медиадискурсных свойств, языковых средств и стилистических приемов формируют его привлекательные имиджевые характеристики.

Положения на защиту:

- предпосылки и современные особенности развития российско-китайских отношений определяют специфику освещения российско-китайских отношений в русскоязычных СМИ КНР;

- отражение российско-китайских отношений в русскоязычных СМИ КНР, ориентированных на российскую массовую аудиторию, является основой для формирования важного компонента медиаобраза Китая;

- медиадискурс в силу своей специфики и особых условий функционирования обладает большим потенциалом для межкультурного сближения России и Китая и развития их контактов;

- китайские журналистские публикации, отражающие на русском языке двусторонние взаимоотношения России и Китая, отличаются особыми медиадискурсными характеристиками, языковыми приемами и стилистическими средствами, имеющими имиджевую привлекательность;

- эффективные механизмы создания, осмысления и интерпретации образа Китая в журналистских текстах, освещающих российско-китайские отношения, подтверждают принципиальную возможность сближения медиадискурсов Китая и России как стран с различными культуuroобразующими принципами и способствуют укреплению имиджевой привлекательности Китая.

Цель и задачи данного исследования предопределили следующую **структуру данной работы**, которая состоит из введения (в котором описывается актуальность исследования, ставится его цель, формулируются задачи, основная гипотеза и положения на защиту, описываются предмет, объект, используемые методы, определяется теоретическая и практическая значимость), трех глав по четыре параграфа, заключения и списка литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Первая глава «Медиаобраз и особенности его отражения в СМИ» состоит из четырех параграфов, в которых последовательно рассматриваются понятие образа и его медиаспецифика, фактор межкультурного российско-китайского диалога в формировании медиаобраза Китая в России, особые сходства образности в языке и стиле СМИ России и Китая, которые определяют своеобразие восприятия Китая в русскоязычной аудитории.

Известно, что образ отражает наиболее существенные черты и конкретные представления о явлениях, фактах, событиях и персонах, которые воплощаются и воспринимаются чувственно. Неслучайно, А.А. Потебня в работе «Мысль и язык» говорит об образе как о воспроизведенном представлении – в качестве некой чувственно воспринимаемой данности [Потебня А.А. Теоретическая поэтика. М. Наука, 1990. С.32 – 35]. Подобное значение слова «образ» является особенно важным для журналистики, в которой образы соединяют в себе и научность (тексты подчиняются научно обоснованным принципам теории журналистики), и фактографичность (так как журналистские тексты информируют о действительно имевших место фактах) и художественность (функция экспрессивного воздействия является одной из ведущих функций журналистики) [Поспелов Г.Н. Эстетическое и художественное. М: Наука, 1992. С. 259 – 267]. Несмотря на отражение реального мира, журналист создает в своих публикациях образы при участии воображения, которое помогает автору концентрировать общественно важные для автора стороны жизни с целью их оценивающего осмысления. Тем самым журналистика становится своего рода зеркалом окружающей действительности, запечатлевающим не только сами реалии, но и те впечатления, реакции на предметный мир, которые журналист стремится донести до массовой аудитории.

Образность журналистики является многоплановой. Ее образы обладают следующими признаками: иллюстративность образа способствует выполнению важнейшей задачи журналистики – сделать сложное наглядным и понятным; публицистичность образа обеспечивает отражение типичных реалий общественной жизни с возможностью эмоциональной оценки; фактографичность образа, которая выявляет индивидуальность образа в реальности жизни. Медиаобраз Китая, воплощающийся в публикациях русскоязычных СМИ КНР, создает особое восприятие картины деятельности этой страны и ее народа и направлен на формирование и коррекцию общественного мнения с помощью усиления имиджевой привлекательности.

В условиях развития информационного общества образы, создаваемые СМИ, становятся реальными инструментами влияния на массовую аудиторию. Медиаобраз формирует в СМИ представление об объекте действительности: персоне, организации, государстве и т.д. Образ Китая, создаваемый в русскоязычных СМИ КНР через осмысление российско-китайских отношений, с одной стороны, несет в себе мировоззрение, ценностные ориентации и предпочтения авторов публикаций, а с другой, - в совокупности все публикации по данной теме конструируют целостный образ Китая. Не менее важны и предпочтения аудитории, которые влияют на работу журналиста. Особое значение приобретает культурное детерминирование медиаобраза и те культурные особенности, которые определяют его своеобразие при взаимодействии с другими культурами, в частности, с культурой России. Публикации, написанные китайскими авторами на русском языке, содержат в латентной форме ценностные ориентации, которые делают медиаобраз культурно насыщенным и раскрывают своеобразие страны. На освещение российско-китайских отношений, безусловно, оказывают влияние сложившиеся у россиян представления о китайцах, их характере, менталитете и особенностях поведения.

Как и образ в литературоведении, медиаобраз складывается из трех компонентов. Первый компонент – это те черты, которые раскрываются самим персонажем: его портрет, характер, поступки и т.д. Второй – это взгляд со стороны, а третий – качества, проявляющиеся во взаимодействии с другими персонажами. Такой важной составляющей медиаобраза Китая и становится совокупность черт и качеств, которые представлены во взаимодействии страны с Россией в различных направлениях деятельности. Осмысление данных черт китайскими авторами-журналистами дает возможность понять глубинные ценностные приоритеты.

Так, медиаобраз Китая, который раскрывается в публикациях на тему российско-китайских отношений, обладает сложной многокомпонентной структурой, которая совмещает в себе черты реального жизнеподобия (отражение) и журналистской интерпретации (преображение), способствует укреплению позитивных и коррекции негативных стереотипов за счет опоры на архетипы и ценностные ориентиры массовой аудитории. Такой медиаобраз становится важным инструментом информационного воздействия на медийную аудиторию России. В нем особую значимость приобретает латентное содержание, а именно ценностные ориентации авторов публикаций. Формирование медиаобраза Китая в публикациях, написанных китайскими журналистами на русском языке, и посвященных российско-китайским отношениям, раскрывает новые возможности для более глубокого внедрения ценностей в общественное сознание и усвоения данного медиаобраза на более глубинном уровне.

Проблемы формирования образа Китая за рубежом и причины этих проблем изучались многими китайскими исследователями (Чжоу Нин, Фан Вэйгуй, Лю Ядинь, Синь Цзяньфэй, Дэн Чанцзян и др.), которые приходят к выводу о том, что понимание

образа Китая прошло трудный путь от «идеальной земли» до «застойной, слаборазвитой страны», а теперь стоит задача обратного направления. Особенности влияния образа Китая на его внешнеполитическую и международную деятельность занимали Лю Гэ, Ни Цзаньпин, Хуан Вэйхун, которые стремились разобраться в истоках мнения о Китае как об угрозе для всего мира. Российские исследователи также уделяют пристальное внимание вопросам формирования образа Китая (А.В. Лукин, Ю.Г. Благодер, В.И. Исаченко и др.).

Межкультурная коммуникация как способ общения и взаимодействия между представителями России и Китая предполагает откровенный и непринужденный контакт между ними. Содержание межкультурной коммуникации между Китаем и Россией опирается на древность и аутентичность их культур, с одной стороны, и на некоторые схожие особенности в развитии медиакоммуникации, с другой. Родственность народов этих двух стран подтверждается тем, что, несмотря на огромные различия между этими двумя культурами, Россия, будучи евразийским государством, может быть наиболее комфортной для Китая в качестве образца реализации общественно-политических изменений. Актуальность развития межкультурной коммуникации определяется также и тем, что Россия и Китай являются соседями, имеющими границу большой протяженности и длительную и непростую историю межгосударственных отношений.

Важность формирования общего информационного пространства между Россией и Китаем обусловлена взаимными экономическими интересами. Китай заинтересован в толерантном и дружелюбном отношении к нему со стороны мирового сообщества в целом и со стороны России в частности. Анализ информационного пространства в России показал, что в настоящее время в российском Интернете существует около 250 сайтов, посвященных китайской тематике. Однако среди них нет ни одного, которое предоставляло бы доступную возможность познать в совокупности все стороны жизни и деятельности Китайской Народной Республики, ее традиции, культуру, историю, экономику, политику и социальные отношения. В этом аспекте публикации, освещающие российско-китайские отношения, могут заложить основу и открыть новые перспективы для межкультурного диалога. Нишу средств массовой информации, осуществляющих постоянное освещение российско-китайских отношений, могут занять именно китайские СМИ на русском языке.

Преодоление недостаточной информированности народов России и Китая друг о друге и – как следствия - недостаточного взаимопонимания культур возможно лишь при условии налаживания активного межкультурного диалога, участниками которого могут и должны стать китайские и российские СМИ в силу многих фактов языковых и стилистических сближений между ними. Обе страны стоят перед необходимостью обновления своих ценностей, в том числе и культурных, что, в свою очередь, существенно влияет и на принципы формирования их медиаобразов в аспекте национального имиджестроения. Учитывая то, что язык – это часть культуры, необходимо уточнить, что для устранения препятствий к развитию дружественных отношений именно межкультурный диалог может дать качественный результат. Это позволяет знакомиться с культурой Китая и приводит к пониманию своеобразия и своей, и других культур. Вне межкультурного диалога сформировать позитивный медиаобраз невозможно.

В представлении россиян Китай - это страна со сложившейся традиционной культурой, доминантой которой являются аутентичные культурные традиции, связанные с уважением древних учений, своеобразной кухней и особым строем мышления. С одной стороны, это помогает Китаю отставить свою культурную

независимость, но с другой – иногда мешает развитию и модернизации. Для развития межкультурной коммуникации в современном обществе необходимо развивать средства массовой информации, которые способны поставлять нашим странам информацию друг о друге для улучшения взаимопонимания. В этом русле работа обоих государств строится на поддержке различных периодических печатных изданий, интернет-сайтов, теле- и радиоканалов как на китайском, так и на русском языках.

Факторы образности в языке и стиле СМИ формируются в связи с особыми задачами журналистских текстов. Особым приемом речевого воздействия текстов СМИ на массовую аудиторию в публикациях о российско-китайских отношениях необходимо назвать широкое использование фразеологических суждений, выраженных в форме афоризма. Афористическое суждение как устойчивое выражение играет важную специфическую роль в журналистском тексте с точки зрения выполнения ведущих функций журналистики. Он компактно и концентрированно помогает автору передать не только информацию, но и знания о нормах и ценностях культуры, которые создают устойчивый контекстный фон.

Важно, что такие выражения одинаково значимы в языке и стиле и российской, и китайской журналистики. Использование в текстах таких устойчивых высказываний или крылатых выражений может способствовать улучшению взаимопонимания в китайско-русской медиакommunikации и формированию медиаобраза Китая. Важной универсальной чертой публицистического текста является способность афористического суждения или устойчивого выражения имплицитно выразить отношение автора к сообщаемой информации в форме краткого изречения.

Однако существуют и различия между китайскими и русскими афористическими суждениями. Китайские высказывания более назидательны, идеологически направлены, менее остроумны и выражены с помощью лексических единиц высокого стиля, а русские – более ироничны, критичны в отношении негативных явлений и выражены лексикой сниженного стиля, а иногда и просторечия. Афористическое суждение в журналистском тексте выполняет главные функции: информационную, коммуникативную, воздействующую, пояснительную и функцию идентификации ценностей. Афористическое суждение позволяет доступно и убедительно донести до читателя нормы коммуникативного поведения, имплицитно заложенные в нем, благодаря культурным коннотативным смыслам. Афористические суждения опираются на общекультурные, коллективно выработанные нормы, зафиксированные в национальном сознании и реализованные в коммуникативном поведении.

М. Маклюэн обращает особое внимание на перцептивные свойства коммуникации, связанные с процессом формирования образа события, персоны или явления. Чрезвычайно важно, что ведущими механизмами познания становятся идентификация (уподобление) и рефлексия (осознание того, каким воспринимают образ другие люди). В журналистских текстах имиджевой направленности коммуникативное поведение адресата и адресанта реализуется не только в процессе обмена информацией между участниками общения, но и в процессе восприятия и понимания значимых характеристик имиджа, транслирующихся афористическими суждениями. В афористическом суждении журналистского текста наблюдается тесная взаимосвязь между нормами коммуникативного поведения и ценностями культуры.

С другой стороны, ценностность афористических суждений тесно соотносится с оценочностью. Оценка сопровождает большую часть коммуникации и эксплицирует ценности. В афористических суждениях могут быть выделены отдельные функции. Так, приоритетность информационной функции характеризует информационные устойчивые

высказывания, которые отражают нормы коммуникативного поведения, реализующиеся в процессе обмена информацией между журналистом и аудиторией.

Стилистическое предназначение афористических суждений в журналистском тексте связано с воздействующей функцией журналистики, которую обеспечивают заложенные в афоризме философская или житейская мудрость, парадоксальность, остроумность, глубина и ясность мысли, помноженные на неожиданность и оригинальность суждения, а также и поучительность. Данное содержание облекается в сжатую, упорядоченную и завершенную форму, которая способствует тому, чтобы сделать высказывание выразительным и ярким.

Афористическое суждение можно рассматривать как особый речевой жанр, выработанный коммуникативной практикой. Для журналистики наиболее значение имеет афоризм как область знания, который может быть рассмотрен как философская форма осмысления и познания действительности, синтез художественного и понятийного компонента.

Фразеологизмы являются устойчивыми сравнениями, которые помогают журналисту сказать о явлении, предмете или человеке кратко и, в то же время, образно. Фразеологизмы выполняют важную роль в функционировании языковой картины мира, а через нее – и той информационной картины мира, которую формируют журналисты. Фразеология становится глубоко национальным явлением, в котором «отразились и закрепились нравы, обычаи, верования, мифы, образы, легенды – все, что участвовало и участвует в формировании культурных кодов, что определяет менталитет народа» [Зимин В.И. Оценка и эмотивность как основные прагматические компоненты ФЕ // Фразеология-2000: материалы всероссийской науч. конф. – Тула, 2000. – С.13-14.] Тем самым схожесть российской и китайской культур в отношении к фразеологическому фонду национального языка становится еще одним фактором для формирования общего пространства российско-китайского медиадискурса.

Проблема восприятия является многоаспектной и многоуровневой. Существует целый ряд подходов к пониманию этого процесса. Восприятие изучается психофизиологами (Л.А. Венгером, Л.С. Выготским, А.Р. Лурией и др.), философами и культурологами (Дж. Локк, Э. Гуссерль, А.Ф. Лосев и др.), и лингвистами (К. Бюлер, Ю.Д. Апресян, Л.М. Васильев и др.).

Вопрос о восприятии и ощущении, об их роли в формировании медиаобраза имеет первостепенное значение с точки зрения привлечения массовой аудитории к активному взаимодействию со средствами массовой информации. Восприятие является отражением явлений окружающей действительности на основании имеющегося опыта, сформировавшихся представлений и знаний. Средства массовой информации проводят постоянную работу по корректировке и модернизации этих представлений и знаний, поэтому именно СМИ воздействуют на динамику и изменчивость восприятия и руководят им в отношении массовой аудитории. Особенности восприятия и определяют эффективность медиаобраза в аспекте его имиджевой привлекательности.

Однако такая специфическая культура, как Китай, представляет большую трудность с точки зрения ее познания представителями других культур. Поэтому более тонкое воздействие на восприятие медиаобраза Китая за рубежом могут оказывать китайские журналисты, пишущие на русском языке. В своих публикациях о китайско-российских отношениях они способны учитывать как своеобразие китайской культуры, так и потребности российской стороны. С проблемами восприятия страны за рубежом и воздействия на формирование мнения зарубежной аудитории тесно связаны проблемы формирования имиджа как целенаправленно создаваемого и поддерживаемого

медиаобраза. от успешности государственного имиджа Китайской Народной Республики за рубежом зависит ее дальнейшее развитие.

По мнению А.Ю. Ветлугиной, «понятие «имидж» гораздо более прагматично, конкретизировано и реально отражает не только сущность ситуации в стране, но и совокупность представлений о ней» [Ветлугина А.Ю. Особенности формирования имиджа России в интернет-СМИ Китая (новостные комиксы) // Дисс. ... канд. филол. н. – М.: 2016. – С. 65.]. Э.А. Галумов утверждает, что «именно объективные, реальные характеристики государства положены в основу формирования имиджа страны» [Галумов Э. А. Международный имидж России: стратегия формирования. – М.: Издательство «Известия», 2003. – С. 86.]. По мнению Цуй Юн, необходимо «наличие трех композиционных сторон: объекта рассмотрения или источника информации об этом объекте (объект, реципиент); субъекта рассмотрения с его культурно-историческими сложившимися переживаниями (субъект, реципиент); собственно сознание этого субъекта» [Цуй Юн. Образы Китая и России в межкультурной коммуникации: дис. ... канд. культурологии. - Комсомольск-на-Амуре, 2011. – С.24] . Данный подход подтверждает справедливость деления медиаобраза на три составляющие, которые позволяют определить их значимость для формирования имиджа.

Модель формирования имиджа России, предложенная Э.А. Галумовым, разделяет объективные и субъективные факторы формирования. Такой подход подтверждает роль и значимость СМИ, которые освещают все стороны деятельности страны и ее представителей, и российско-китайские отношения становятся важнейшим субъективным фактором построения имиджа Китая на международной арене. Позиция А.П. Панкрухина, который относит к неофициальной символической, влияющей на имидж, узнаваемые бренды продукции, производимой в стране [Панкрухин А.П. Маркетинг территорий: Учебное пособие. – М.: Изд-во РАГС, 2002. – С. 87], подкрепляется тем вниманием, которое СМИ уделяет отражению российско-китайских отношений в сфере производства. Мнение Д.Н. Замятина, подразумевающего под имиджем целостный геополитический образ, «основной чертой или особенностью которого является стремление к усложнению структуры и усилению степеней взаимосвязанности его основных элементов» [Замятин Д.Н. Моделирование географических образов. Пространство гуманитарной географии. – Смоленск: Ойкумена, 1999. – С. 14], подтверждается стремлением СМИ охватить все многообразные стороны российско-китайского взаимодействия. Брендinговый подход А.Н. Чумикова и М.П. Бочарова к имиджу как к «виду деятельности, направленному на создание устойчивых представлений в сознании потребителей об объекте окружающего мира» [Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. – М.: Дело, 2006. – С. 254], раскрывается в активном использовании СМИ не только официальных наименований Китая, но и его образных названий, имеющих значение, прежде всего, для формирования внешнего имиджа страны. Таким образом, характеристики Китая, выявляемые в процессе освещения российско-китайских отношений, становятся имиджеобразующими и влияют на имиджевую привлекательность.

Предпосылки и современные особенности развития российско-китайских отношений определяют специфику освещения российско-китайских отношений в русскоязычных СМИ КНР. Отражение российско-китайских отношений в русскоязычных СМИ КНР, ориентированных на российскую массовую аудиторию, является основой для формирования важного компонента медиаобраза Китая. Медиадискурс в силу своей специфики и особых условий функционирования обладает большим потенциалом для межкультурного сближения России и Китая и развития их контактов.

Медиаобраз становится важным инструментом информационного воздействия на медийную аудиторию России. В нем особую значимость приобретает латентное содержание, а именно ценностные ориентации авторов публикаций. Формирование медиаобраза Китая в публикациях, написанных китайскими журналистами на русском языке, и посвященных российско-китайским отношениям, раскрывает новые возможности для более глубокого внедрения ценностей в общественное сознание и усвоения данного медиаобраза на более глубинном уровне. Важной составляющей медиаобраза Китая и становится совокупность черт и качеств, которые представлены во взаимодействии страны с Россией в различных направлениях деятельности. Осмысление данных черт китайскими авторами-журналистами дает возможность понять глубинные ценностные приоритеты.

Межкультурная коммуникация становится важным инструментом взаимодействия Китая и России. Каждая культура представляет собой самостоятельный мир, любую иную культуру люди воспринимают через призму своей культуры. Поэтому интересны те качества медиаобраза страны, которые проявляются в их взаимоотношениях. В представлении россиян Китай - это страна со сложившейся традиционной культурой, доминантой которой являются аутентичные культурные традиции, связанные с уважением древних учений, своеобразной кухней и особым строем мышления. С одной стороны, это помогает Китаю отставить свою культурную независимость, но с другой – иногда мешает развитию и модернизации. Для развития межкультурной коммуникации в современном обществе необходимо развивать средства массовой информации, которые способны поставлять нашим странам информацию друг о друге для улучшения взаимопонимания.

Во второй главе «Особенности медиадискурса Китая и России» исследуются российско-китайские отношения в сфере журналистики и формирование русскоязычных СМИ КНР, особенности современного языка СМИ России и Китая, влияющие на коммуникацию, предпосылки для формирования общего медиадискурсного пространства России и Китая и языковые сближения в современной журналистике России и Китая.

В современном информационном обществе российско-китайские отношения становятся ключевым фактором развития мировых общественно-политических процессов. Практически как заветное звучат слова Фиделя Кастро об особой миссии России и Китая, которую они должны осуществить вместе: «Россия и КНР должны возглавить новый мир». Взаимодействие России и Китая чрезвычайно многоаспектно и обусловлено культурно-историческими особенностями. Устойчивые контакты России и Китая налаживаются в середине XVII в. и определяются деятельностью Пекинской духовной миссии. Рубежным событием развития российско-китайских отношений в новейшее время стала Октябрьская революция 1917 г. Образование в 1949 г. Китайской Народной Республики выводит российско-китайские отношения на качественно новый уровень. После периода спада российско-китайского взаимодействия в 1960-1970-х гг. с конца 1980-х гг. начался и продолжается сегодня новый подъем и расширение межгосударственных отношений. 90-е годы стали периодом нормализации отношений Советского Союза и Китая, которые затем перерастают в стратегическое партнерство. Сегодняшний этап развития отношений между Россией и Китаем можно определить как эпоху добрососедства, дружбы и сотрудничества.

Российско-китайские отношения постоянно находятся в поле зрения ученых, которые в различных аспектах осмысливают их. Среди многочисленных статей, посвященных российско-китайскому взаимодействию, выделяются работы В.Л. Ларина,

Б.В. Базарова, Д.В. Ганжурова, В.Г. Дацышена, которые рассматривают различные аспекты российско-китайских отношений, в том числе и культурно-научных связей во второй половине XX века. Результатом крупных информационно-культурных проектов «Год России в Китае» (1997 г.), «Год Китая в России» (1998 г.) стали научные исследования, посвященные российско-китайским отношениям в сфере культуры и образования, начиная с эпохи Цинской династии.

В условиях движения к открытости особенной тенденцией становится журналистская работа на иностранных языках для модернизации образа Китая за рубежом. СМИ становятся наиболее устойчивыми проводниками информационных потоков, главными катализаторами двустороннего сотрудничества. Особую значимость приобретают китайские газеты и журналы, издаваемые на русском языке, которые не только информируют о событиях в сфере российско-китайских взаимоотношений, но и комментируют их, формируют общественное мнение.

Это потребовало от журналистов стать универсальными специалистами, одинаково хорошо понимающими как информационные нужды родной страны, так и особенности инокультурной аудитории. В случае с русскоязычной Россией ситуация оказалась особенно специфичной, так как, несмотря на внешнее несходство культур, Россия и Китай обнаружили достаточно много факторов сближения, которые сегодня усугубились еще и общими новыми информационными технологиями, тенденциями глобализации и формированием общего информационного пространства. Особенно ярко эта тенденция наблюдается в сфере языка журналистики, которая и в Китае, и в России имеет схожие задачи, функции и способы воздействия на аудиторию. Так, с точки зрения Чжана Цзюйси, у русского и китайского языков имеются «общие основополагающие принципы современного газетного языка с точки зрения социальной оценки, публицистической направленности и основных стилистических фигур речи на газетных полосах» [Чжан Цзюйси. Сходства и различия современных текстов в китайской и российской прессе (историческая и теоретическая обусловленность) // Дисс. ... канд. филол. н. – М.: 2005. – С.75].

Развитие современной китайской журналистики объективно подготовило условия для становления общего медиадискурсного пространства между Китаем и Россией, становление которого позволяет утверждать, что отражение российско-китайских отношений является наиболее эффективным с точки зрения имиджа именно в китайской русскоязычной журналистике.

В условиях глобализации информационного пространства в языке СМИ все более четко проявляются общие тенденции и закономерности. При очевидной разнице русского и китайского менталитетов и подходов к культурным ценностям внешнеполитический медиадискурс демонстрирует достаточно много сходений для того, чтобы поставить вопрос о сходстве между языком СМИ России и Китая и подтвердить, что в новых условиях и в современном российско-китайском медиапространстве формируется общий межкультурный медиадискурс. В языке китайского и русского медиадискурса на различных уровнях «закодированы» культурные ценности общества. Медиадискурс со всей совокупностью своих языковых особенностей, выступает как самосознание культуры, которая зафиксирована в языке СМИ, что одинаково характерно как для России, так и для Китая. Коммуникативная направленность является сегодня в журналистике России и Китая ведущим внешним фактором, влияющим на формирование современного языка медиадискурса и в частности языка сетевой прессы. Являясь элементом процесса коммуникации, журналистский язык сетевой прессы приспосабливается к законам и нуждам сетевого

канала передачи информации. Как в России, так и в Китае язык СМИ при одинаковой ориентации на стандарт и на свободный, творческий и эмоциональный стиль изложения, в ходе функционирования в сети постепенно переориентируется на единообразие и минимизацию образных средств.

Информативные функции журналистского языка современной прессы отличаются от подобной функции других стилей. Особенности сферы массовой коммуникации, определяют особенную специфику коммуникативного характера прессы и всего языкового стиля. Во-первых, язык современной прессы быстро и своевременно сообщает самую свежую информацию. Во-вторых, язык современной прессы сообщает общественно значимую информацию, представляющую массовый интерес. В-третьих, журналистский язык современной прессы не только предоставляет новую информацию из сфер внешней и внутренней политики, экономики, дипломатии, военного дела, общества, но и сообщает новости из области науки, культуры, спорта и т.д. Эти свойства одинаково присущи китайскому и российскому медиадискурсу.

Воздействующие функции журналистского языка современной китайской и российской прессы также имеют свою особую специфику, например, влияние на читателя публично и непосредственно. Язык освещения международных отношений – часть языка СМИ, имеющая свои особенности. Эти особенности определяются разницей в ценностных подходах, архетипах и менталитете. А также необходимостью в донесении подлинной, объективной и достоверной информации до аудитории. Поэтому в этих текстах необходимо особенно внимательно относиться к лингвокультурологическим и образно-стилистическим средствам выражения смыслов и оценочности. Журналистские тексты пишутся на национальных языках, которые являются частью культуры, и поэтому полностью являются аутентичными, предназначенными только для внутренней аудитории. Они не могут оказывать нужное воздействие на аудиторию других стран.

В то же время глобализационные тенденции в целом и унификация журналистской деятельности под воздействием развития информационных технологий в частности способствуют и возникновению общих тенденций в освещении именно политических событий международной жизни даже в таких разных странах по национально-культурному менталитету и государственной правовой ситуации, как Россия и Китай. Применительно к текстам, освещающим события, связанные с взаимоотношениями России и Китая в различных сферах общественной деятельности, проблемы межкультурной коммуникации, которые сегодня резко актуализировались в обществе и в СМИ, нивелируются на уровне внешнеполитического медиадискурса, что в целом может способствовать улучшению взаимопонимания между государствами, массовыми аудиториями и самими журналистами. Если говорить о формировании имиджа страны в представлении аудитории зарубежных государств, то новые сетевые технологии и в данном случае актуализируют роль СМИ. Журналистам необходимо учитывать, что их тексты в любой момент могут быть востребованы иностранными СМИ и сыграть определенную роль в продвижении своих интерпретаций и трактовок событий в своей стране.

Средства массовой информации отражают языковые тенденции, существующие в современном обществе. Если язык – это сетка отношений, через которую человек смотрит на мир, то можно сказать, что современный человек смотрел на мир через язык средств массовой информации. Пресса занимает в современной жизни большое место. На страницах печатных изданий находят своё непосредственное отражение все

процессы, протекающие в современном языке. Можно сказать, что язык народа в известной степени стал производным от языка прессы.

Журналистский язык современной прессы России и Китая, настроенный на поиск экспрессии для привлечения читателя к своей статье, строит парадокс, играет словами, вводит каламбур, использует оценочные метафоры, эпитеты, яркие сравнения. В языке современной прессы Китая и России в формировании медиадискурса используются ресурсы фразеологии, которая является одним из самых ярких и действенных средств языка в аспекте воздействия на читателя, чего и добиваются авторы статей. Поскольку фразеология – это некий хорошо настроенный инструмент, с помощью которого легко воздействовать на читателя.

При освещении событий, связанных с жизнью и деятельностью разных государств, народы которых различаются по своим ценностным ориентациям, менталитету, культуре и языку, в условиях сетевой доступности и кибернетизации журналистских текстов необходимо создавать тексты в рамках специфических параметров внешнеполитического межкультурного медиадискурса. В этом случае тексты будут востребованы и смогут в отдаленном режиме влиять на формирование имиджа той страны, в которой написаны данные тексты.

Проблемы межкультурной коммуникации, которые сегодня резко актуализировались в обществе и в СМИ, нивелируются на уровне внешнеполитического медиадискурса, что в целом может способствовать улучшению взаимопонимания между государствами, массовыми аудиториями и самими журналистами. Причем именно в языке прессы как, с одной стороны, наиболее классического типа СМИ, а с другой – подвергнувшегося в Интернете наиболее существенному воздействию и претерпевшего под этим воздействием наиболее существенные изменения.

С точки зрения лингвострановедения Китая, жизненное пространство для китайцев относительно закрыто, по географическому взгляду на территории Китая на востоке находится море, в северо-западной стороне – пустыня, плато расположено в юго-западной части Китая. Культура – это важная характеристика общества, связанная с целенаправленным преобразованием окружающего мира, в результате которого искусственно создаётся мир вещей, символов, а также связей и отношений между людьми. Взаимодействие этих культур может протекать либо через конфликты, взаимное выяснение отношений, либо через взаимную адаптацию и мирное сосуществование на основе эмпатии и понимания культурного своеобразия соседей. В современном мире большую роль во взаимодействии культур играют средства массовой информации. Россия и Китай – страны многонационального уклада, где внутри страны сосуществует множество локальных культур, и СМИ выполняют в этом смысле еще и объединяющую функцию. Формируя свой межкультурный медиадискурс, они способствуют не только развитию толерантности в принятии инокультурных особенностей, но и повышению уровня понимания в международных контактах.

В медиадискурсе происходит преобразование информации в смыслы, их перевод с одного уровня на другой, формирование многофункциональной информации и – в конечной итоге – создание особого знания, имеющего большое влияние на массовую аудиторию. Ведущее положение медиадискурса в дискурсивном пространстве публичной коммуникации России и Китая обусловлено его выходом в сферу медиакommunikации в интернете: благодаря его тематической неограниченности, жанровому разнообразию и стремлению охватить все стороны жизни, он проник во все типы институционального и обиходного общения.

Следует отметить, что главную роль в журналистике продолжает играть пресса, что позволяет сохранять стандартные языковые формы, придерживаться норм литературного языка. Поэтому журналистский язык современной прессы в формировании медиадискурса – это единство, в основе которого лежат две тенденции: к экспрессии и стандарту. Журналистский язык современной прессы обязан быть на каждом своем отрезке воздействующим и информативным, постоянно совмещать оба эти качества в органичной цепи. Чередуя экспрессивные и информативные сегменты, журналистский язык современной прессы увлекает или завлекает читателя, информирует и, соответственно, воздействует на него.

В китайской и российской современной прессе идёт активный процесс экспрессивизации журналистского языка в формировании медиадискурса. В условиях информационного рынка и борьбы за аудиторию СМИ форме подачи информации уделяется намного большее значение, чем содержанию, и экспрессивная лексика играет важную роль при построении ярких, броских заголовков, вызывающих читательский интерес. Экспрессия в журналистском языке китайской и российской современной прессы служит “строительным” материалом для создания новых, неожиданных, образов, языковой игры на страницах печатных изданий. Всё это привлекает внимание читателей.

Как основной инструмент реализации ведущих функций журналистики журналистский язык должен быть конкретным, точным, кратким, простым и популярным для того, чтобы дать читателю всю необходимую информацию и воздействовать на него. Стилистические особенности китайских и российских журналистских текстов получили в Китае название «красота», заключаются в следующих параметрах: объективность, точность, лаконичность, простота, популярность. «Правдивая красота» журналистского языка современной сетевой прессы означает объективность, реальность, конкретность, существенность, определённости фактов, событий, состояния, значений и т.д. «Точная красота» журналистского языка современной китайской и российской сетевой прессы означает степень соответствия сообщаемого истине, подлинность изложения факта. Точность требует от журналистского языка быть безошибочным, чётким, ясным, уверенным, без преувеличения, без отклонения, без мошенничества. «Лаконичная красота» означает краткий, отчётливый и ясный характер стиля китайской и российской современной сетевой прессы. В стремлении к лаконичности журналистский язык должен, используя мало слов, короткие предложения, обходиться без избытка прилагательных, без неуместных аналогий и афоризмов. Красота журналистского языка современной сетевой прессы Китая и России заключается в лаконичности отражения фактов.

Кроме того, лаконичная красота журналистского языка современной китайской и российской прессы воплощается при помощи различных элементов. Например, баланс формы, звука, ритма и др. языковые элементы могут создавать у читателя гармоничное впечатление и чувство красоты, увлекать его внимание, вызывать резонанс. Лаконичность, прежде всего, актуальна для заголовков журналистских текстов. Под популярной красотой журналистского языка современной китайской и российской сетевой прессы подразумевается его живость и выразительность. Популярность журналистского языка китайской и российской современной сетевой прессы означает использование популярных, общедоступных языковых средств. Таким образом, популярность журналистского языка современной прессы обеспечивает общедоступное содержание сообщения.

Разговорность во многом определяет сегодня сближения российской и китайской сетевой печати, что наглядно проявляется в следующем:

1) эмоционально насыщенность, обилие образных сравнений, метафор, идиом, элементов юмора, сарказма, иронии и т.д. приближает язык журналистики к языку художественной литературы;

2) чтобы выделить главное в сообщении – факт и дату опубликования ответа – нарушается естественный порядок слов, возникает инверсия;

3) значительную часть лексики составляют различные термины, слова профессионального жаргона (науки, военного дела, искусства, спорта и т.д.);

4) заголовки публикаций демонстрируют разнообразие синтаксических структур (и т.д.);

5) многие жанры китайской и российской сетевой печати (очерк, фельетон, памфлет, полемическая статья) характеризуются свободным использованием всех ресурсов национального языка, включая его выразительные средства (эпитеты, метафоры, сравнения, различные стилистические фигуры).

6) наблюдается широкое распространение речевых стереотипов (стандарты, клише), что объясняется несомненным удобством и для пишущего, и для читающего в связи с легкой воспроизводимостью готовых речевых формул, автоматизацией этого процесса, облегчением коммуникации;

7) синтаксические структуры имеют в основном книжный характер, упорядоченный строй предложения, большую развернутость; также нередко встречается так называемая рубленая проза, короткие предложения, представляющие собой как бы живописные мазки, из которых создается общая картина;

9) синтаксис также изобилует различными эллиптическими предложениями с характерными для них краткостью и энергичностью, а также - экспрессивными номинативными предложениями, сегментированными конструкциями, экспрессивными восклицательными предложениями и риторическими вопросами.

Таким образом, современная журналистика России и Китая действительно обладает несомненными характеристиками, подтверждающими возможность лингвокультурных сближений, сближающих медиадискурсы этих двух стран. С точки зрения развития и углубления понимания между этими государствами выявление подобных языковых сходств открывает пути для выработки эффективных механизмов создания, осмысления и интерпретации журналистских текстов, освещающих российско-китайские отношения.

В третьей главе «Отражение образа Китая в публикациях русскоязычных СМИ КНР о российско-китайских отношениях» поэтапно рассматриваются публикации проблематики российско-китайских отношений в газете «Женьминь Жибао», Азиатском иллюстрированном приложении «Россия – Китай», журнале «Китай» и на сайте информационного агентства «Синьхуа» на русском языке. Среди всех русскоязычных ресурсов, посвященных Китаю, особую нишу занимают СМИ, которые издаются на русском языке самим Китаем. Газета «Женьминь Жибао» была основана в 1948 г. Газета входит в десять крупнейших периодических мировых изданий и по тематике освещает все наиболее важные и значимые вопросы общественной жизни в Китае и за рубежом. В ходе общей модернизации газета стала освещать не только политико-идеологическую сферу, но и экономическую, социальную и культурную проблематику. Список тематического рубрикатора включает следующие разделы: «Лента новостей», «В Китае», «В мире», «В России и СНГ», «Экономика», «Комментарии», «Наука и образование», «Общество и культура», «Спорт», «Видео» и

«Фотогалерея». Тематика охватывает основной спектр событий, в то же время особо выделяется информация по поводу взаимодействия Китая и России, а также Китая и стран СНГ. На главной странице сайта систематизирован новостной контент с учетом отношения редакции («Главные новости дня», «Спецтемы», «Ключевые слова») и мнения читателей («Пять самых читаемых новостей дня, недели, месяца»). Ежедневно на сайте публикуется 20-25 новостей в рубрике «О Китае», куда входит и информирование о результатах российско-китайского взаимодействия.

В языке и стиле публикаций сочетаются, с одной стороны, четкое предоставление информации клишированными конструкциями газетно-публицистического стиля, от которых китайская журналистика не спешит отказываться в угоду сниженной разговорности, а с другой - тропов, гипербол и метафорических выражений, придающих тексту возвышенный пафос, образность и выразительность, свойственные китайскому мышлению. Многие тексты, несмотря на серьезность проблематики, приобретают оттенок поэтичности. Нередко встречаются и перифразы. Язык и стиль публикаций насыщен фразеологическими конструкциями.

Китайская сторона предстает в публикациях на тему российско-китайских отношений как искреннее заботливая, стремящаяся к всемерному решению любых трудностей и проблем. Китай чутко отзывается на все беды россиян, целенаправленно старается облегчить экономическую деятельность россиян, помогает решать правовые проблемы, помогает россиянам в лечении, понимает патриотические чувства россиян и всемерно способствует осуществлению их благородных намерений. Китай приветствует свою популярность в России и старается ей соответствовать. При этом высказывания уже содержат скрытые утверждения о позитивном поведении Китая, который стремится соответствовать потребностям россиян. Китай не сомневается в дружеских отношениях с Россией и привлекает к выражению этой мысли один из своих главных символов – образ большой панды. Китай всемерно уважает достижения россиян во всех областях, в том числе и в области спорта, стремится развивать межкультурный диалог, активно способствует расширению двусторонних контактов на всех уровнях.

«Азиатское иллюстрированное приложение Россия и Китай» было создано по российской инициативе с целью специализированного освещения взаимоотношений между Россией и Китаем. Журнал выходит в печатном и сетевом формате и предполагает целевое взаимодействие со специфической аудиторией финансистов, предпринимателей, руководителей регионов, прежде всего, с российской стороны. Таким образом, журнал ориентирован на формирование медиаобраза как основы имиджевой политики Китая.

Русская и китайская редакции оптимально учитывают потребности аудитории и могут обеспечить имиджевые интересы Китая на территории России. Материалы журнала по жанру являются развернутыми статьями, комментариями, рецензиями, очерками и другими видами аналитики и публицистики. Рубрикатор журнала выстроен по жанрово-тематическому принципу: «События» - репортажи и аналитические публикации, отражающие мероприятия межгосударственного масштаба, официальные двусторонние встречи и визиты; «Точка зрения» - интервью, авторские колонки, комментарии экспертов; «Реформы и законы» - материалы о принимающихся законах о развитии китайско-российских отношений; «Регионы» - материалы о межрегиональном российско-китайском инвестиционном сотрудничестве; «Общество» - материалы о развитии неправительственных контактов в рамках общественной дипломатии; «Страницы истории» - материалы, рассказывающие об истории взаимоотношений

между Россией и Китаем; «Туризм» - экспертные и журналистские материалы о туристических проектах, возможностях, проблемах.

Сетевой формат журнала – это скорее вспомогательный ресурс печатного издания. На сайте два рубрикатора. Первый ориентирует читателя по функциональному признаку, - «О Китае» - общие сведения, ноты и слова гимна, справочная информация о географии, политике, религии и культуре, языке и письменности; «Провинции КНР» - административное деление Китая; «Федеральные округа РФ»; «Статьи»; «Видео» - видеоролики о Китае и российско-китайском сотрудничестве; «Фотографии» - фоторепортажи, состоящие из короткого сообщения и подборки из 15-20 фотографий с подписями к ним; «Галереи» - материалы об искусстве Китая и раздел материалов на китайском языке.

Второй рубрикатор является тематическим: «История» - материалы об исторических свершениях и событиях в развитии отношений между Россией и Китаем, о роли России и Китая во Второй мировой войне, строительстве КВЖД, культурных ценностях и др.; «Китай: выбор редакции»: рубрика выделяет и обобщает наиболее интересные материалы, по мнению редакции (Все материалы разделены на 15 тематических рубрик: «О городах и провинциях», «Форумы, ярмарки, выставки», «История», «Культура», «Наука», «Спорт», «Туризм», «Справочная информация», «Предприятия», «Государство», «Персоналии», «Образование», «Народное образование», «Межгосударственные связи», «Экономическое сотрудничество»); «О городах и провинциях»; «Форумы, ярмарки, выставки»; «Культура»; «Наука»; «Спорт»; «Туризм»; «Справочная информация»; «Предприятия»; «Государство»; «Персоналии»; «Образование»; «Народная дипломатия»; «Межгосударственные связи» (именно здесь сосредоточены публикации, характеризующие отношение Китая к развитию российско-китайских отношений. По количеству материалов данная рубрика в 3 раза превосходит другие рубрики журнала, что показывает большое значение именно этого аспекта); «Экономическое сотрудничество».

Китай подчеркивает высокий уровень российско-китайских взаимоотношений и предстает как серьезный стратегический деловой партнер. Чайный путь становится ключевой метафорой, отражающей важность российско-китайских отношений для Китая (*Чайный путь. Хубей*). Китай подчеркивает, какое значение он придает изучению русского языка и культуры. В рубрике «О городах и провинциях» Китай представлен в самых позитивных красках («О проекте "Прекрасный Китай"»). В рубрике «История» представлены книги о Китае на русском языке и информация о важных культурных проектах с Россией, что также является важной составной частью имиджевой политики. В рубрике «Государство» подчеркивается высокий уровень развития российско-китайских отношений (*Посол КНР в РФ: отношения Китая и России достигли беспрецедентной высоты*). В рубрике «Экономика» на более глубоком уровне осмысления рассматриваются некоторые наиболее важные стратегические российско-китайские проекты. В журнале также много образных выражений метафорического характера («*Парус*» экономики Забайкалья открыт для «китайского ветра!»).

Журнал «Китай» выпускается в печатном и сетевом форматах. Слоган издания – «Журнал знакомит со страной, открытой всему миру». Материалы номера распределяются по следующим рубрикам: «Суждения», «Новости», «Политреалии», «Экономика», «Фоторепортаж», «Общество», «Культура», «Путешествия», «Калейдоскоп».

Каждый номер журнала посвящен своей ключевой теме (например, «*Китай – Россия. К новому качеству отношений*»¹). Авторы стремятся не только сообщить информацию, но и предложить свое видение, подробное исследование события и убедительно изложить свою позицию с опорой на большое количество фактографического материала. В каждом номере присутствует красочный фоторепортаж, практически половина журнального объема (40 страниц из 80-ти) посвящена занимательным материалам в рубриках «*Культура*», «*Путешествия*», «*Калейдоскоп*».

Сайт печатного издания использует многие возможности сетевых технологий: аккаунт в социальной сети «ВКонтакте», база ссылок на различные сетевые ресурсы («*Все о Китае в Рунете*» и др.). Главная страница сайта визуализирует информацию с помощью большого количества фотографий. Основной рубрикатор содержит 16 главных рубрик: «*Новости*», «*Текущие события*», «*Взгляды*», «*Эксклюзивное интервью*», «*Экономика*», «*Лица*», «*Культура*», «*Общество*», «*Наука и техника*», «*Путешествия*», «*Юридическая консультация*», «*Китайская медицина*», «*Китайская кухня*», «*Дружба и обмен*», «*Иностранцы о Китае*», «*Конкурс статей*».

Рубрики «*Новости*» в основном освещает тему Китая, причем больше новостей развивают тему культуры («*Фестиваль цветущих яблонь в доме-музее Сун Цинлин в Пекине*»); «*Текущие события*» - рубрика, посвященная политическим событиям, имеющим значение для имиджа Китая («*Си Цзиньпин сыграл в футбол в Ирландии*»); «*Взгляды*» - рубрика авторских комментариев, предоставляющих свободу слова по жизненно важным вопросам («*"Покупка" Японией островов Дяоюйдао -- это настоящий грабёж*»²); «*Эксклюзивное интервью*» - наиболее значимые сюжеты («*Президент Медведев о России и Китае на Мировом политическом форуме-2010*»); «*Лица*» - рубрика, представляющая Китай через образы исторических персоналий, имеющих для страны важное значение, сыгравших в истории страны большую роль: («*Лю Сян выиграл забег на 110 метров с барьерами*») и т.д.

В рубриках «*Общество*», «*Культура*», «*Наука и техника*» и «*Путешествия*» представлено много разнообразной информации о Китае в виде трогательных историй, апеллирующих к сердцу читателя («*Мечта китайских немолодых балерин*»). Рубрики «*Юридическая консультация*», «*Китайская медицина*», «*Китайская кухня*», «*Дружба и обмен*» призваны предоставить читателю как можно больше занимательной, полезной и развлекательной информации, соответствующей интересам российской аудитории. Это, прежде всего, китайская медицина и китайская кухня. Журналистские тексты богато иллюстрированы («*Поддержание здоровья людей с недостаточностью «Ци»-энергии*»). В журнале собраны материалы, написанные ярким публицистическим языком («*Извилистый путь развития китайско-советских отношений*»). Особое место занимает в журнале глубокая аналитика и публицистика («*Мир в наших руках*» – каникулы российских школьников в Китае).

Государственное информационное агентство «Синьхуа» функционирует с 1931 г. и является официальным информационным органом правительства КНР, центральным поставщиком и распространителем информации о Китае для всего мира на семи языках. В 1999 г. начал свою работу сайт агентства на русском языке, который быстро превратился в важную информационную площадку.

Одна из его ключевых задач - официальное продвижение положительного образа Китая за рубежом. Однако специфика функционирования информационного агентства

¹ Китай. - №5 (127) Май 2016. – С.1

² http://www.kitaichina.com/se/txt/2012-09/06/content_480652.htm

как особого типа СМИ ограничивает его возможности: информационное агентство осуществляет распространение информации преимущественно в жанре информационных сообщений, который не предполагает большой палитры образных стилистических приемов, так как ведущей функцией является не воздействующая, а информационная.

Новостные сообщения о российско-китайских отношениях написаны в нейтральной стилистике, отличаются четкостью, лаконичностью и минимальным набором выразительных средств. Однако именно такой стиль делает тексты подчеркнута экспрессивными и убедительными.

Китай поддерживает позицию России в важных вопросах; китайские специалисты высоко ценятся в России; Китай активно и динамично участвует в различных российско-китайских проектах, всегда готов помочь России в трудную минуту, активно участвует в культурных совместных с Россией проектах.

Однако даже в коротких информационных сообщениях авторы используют особые имиджеобразующие приемы: фразеологические суждения (*«Инвестиционный форум "Пекин-Москва. Две страны - одно дело" пройдет в Пекине в октябре»*), метафоры как разновидность тропов (*«...непрерывно разогревается обмен в рамках тематических годов»*), синекдоху как образное средство выразительности (*«Китайский производитель разрабатывает высокоскоростной состав, рассчитанный на российский мороз»*).

Таким образом, в публикациях русскоязычных изданий КНР, посвященных российско-китайским отношениям, формируется имиджезначимый образ Китая, обладающий многими позитивными чертами. Китайская сторона предстает как искреннее заботливая, стремящаяся к всемерному решению любых трудностей и проблем. Китай чутко отзывается на все беды россиян. В публикациях содержится прямая установка на формирование медиаобраза Китая в России. Это словосочетание «прекрасный Китай». В журналистском освещении двусторонних взаимоотношений между Российской Федерацией и КНР отражаются позитивные стороны медиаобраза Китая (процветающий, прекрасный, трансграничный), которые обладают имиджевой ценностью.

В **Заключении** сформулированы ключевые выводы, основанные на результатах исследования.

Список изученной литературы включает в себя 177 источников.

По теме диссертационного исследования автором были опубликованы следующие **работы**:

Статьи, опубликованные в периодических изданиях, рекомендуемых ВАК РФ:

1. Шао, Дэвань Особенности современного языка СМИ России и Китая: коммуникативный аспект [Текст]/ Шао Дэвань, В.В. Барабаш // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Гуманитарные науки», 2016. №9 (сентябрь). – 4 с.;
2. Шао, Дэвань Языковые сближения в современной журналистике России и Китая [Текст]/ Шао Дэвань, В.В. Барабаш // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2017. № 2. Ч. 1. ISSN 1997-2911 – 4 с.;
3. Шао, Дэвань К вопросу о возможности формирования медиадискурса России и Китая [Текст]/ Шао Дэвань, В.В. Барабаш // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Гуманитарные науки», 2017. №2. – 7 с.;

Статьи, опубликованные в иных изданиях:

1. Шао, Дэвань Особенности освещения российско-китайских отношений в СМИ России // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 20-21 октября 2015 г. / сост. Д.Р. Аксянова, Г.Н. Трофимова; под ред. В.В. Барабаша. – М.: РУДН, 2015. – С. 634-639. – 6 стр.

**ШАО ДЭВАНЬ (КИТАЙ)
ОТРАЖЕНИЕ РОССИЙСКО-КИТАЙСКИХ ОТНОШЕНИЙ В
РУССКОЯЗЫЧНЫХ СМИ КНР 2006-2016 ГГ. (ОБРАЗ КИТАЯ)**

Диссертационное исследование посвящено особенностям формирования образа Китая на страницах русскоязычных китайских СМИ в журналистских публикациях, посвященных российско-китайским отношениям в период 2006 – 2016 гг. Автор обобщает предпосылки развития российско-китайских отношений и их освещения в СМИ Китая с точки зрения современных тенденций в изучении имиджеобразующих признаков; анализирует основные тенденции в функционировании текстов сетевой печатной прессы; выявляет особенности освещения российско-китайских отношений в русскоязычных СМИ КНР, связанные со схожими подходами в выборе языковых средств в российской и китайской журналистике; определяет важные языковые средства и стилистические приемы, характерные для освещения российско-китайских отношений в русскоязычных китайских СМИ в аспекте их имиджевой привлекательности и значимости. В результате автор приходит к выводу о том, что журналистские публикации русскоязычных СМИ Китая, освещающие его взаимоотношения с Россией, раскрывают важные черты образа Китая и с помощью особых медиадискурсных свойств, языковых средств и стилистических приемов формируют его привлекательные имиджевые характеристики.

**SHAO DEVAN (CHINA)
REFLECTION OF THE RUSSIAN-CHINESE RELATIONS IN RUSSIAN-
LANGUAGE MEDIA OF CHINA ON 2006-2016. (IMAGE OF CHINA)**

The dissertation research is devoted to features of formation of an image of China on pages of Russian-language Chinese media in the journalistic publications devoted to the Russian-Chinese relations during 2006 - 2016. The author generalizes prerequisites of development of the Russian-Chinese relations and their lighting in media of China from the point of view of current trends in studying the image signs; analyzes the main tendencies in functioning of texts of the network print media; reveals the features of illumination of the Russian-Chinese relations in Russian-language media of the People's Republic of China connected with similar approaches in the choice of language means in the Russian and Chinese journalism; defines the important language means and stylistic receptions characteristic of illumination of the Russian-Chinese relations in Russian-language Chinese media in aspect of their image appeal and the importance. As a result the author comes to a conclusion that the journalistic publications of Russian-language media of China lighting it relationship with Russia disclose important lines of an image of China and by means of special the image properties, language means and stylistic receptions form his attractive image characteristics.