

Му Юйси

**МЕДИАОБРАЗ КИТАЯ
В ТЕКСТАХ РУССКОЯЗЫЧНЫХ БЛОГОВ
ОБ ИСКУССТВЕ**

*Научный редактор
д-р филол. наук, проф. Н.Г. Нестерова*

Томск
Издательство Томского государственного университета
2023

УДК 808.2-085(082)

ББК 88.5

М89

Му Юйси

М89 Медиаобраз Китая в текстах русскоязычных блогов об искусстве / науч. ред. Н.Г. Нестерова. – Томск : Издательство Томского государственного университета, 2023. – 242 с.

ISBN 978-5-907722-38-5

Монография посвящена образу Китая, который реконструируется на основе текстов русскоязычных блогов о китайском искусстве. Через призму пяти видов традиционного искусства (китайской оперы, живописи, художественной вышивки, каллиграфии, музыки) и современного «гибридного» искусства раскрывается одна из важнейших граней медиаобраза страны с древней историей, традициями, культурой и искусством. Выявляются универсальные и специфические средства языковой и невербальной репрезентации изучаемого медиаобраза. Специальное внимание обращено на языковые средства, используемые в читательских комментариях, которые также анализируются как тексты, участвующие в создании медиаобраза Китая.

Для специалистов, работающих в области медиалингвистики, межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, а также для всех, кто интересуется Китаем и китайской культурой.

УДК 808.2-085(082)

ББК 88.5

Рецензент

д-р филол. наук, проф. *Т.В. Чернышова*

ISBN 978-5-907722-38-5

© Му Юйси, 2023

Введение

Монография посвящена исследованию языковой репрезентации медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов об искусстве.

В XXI в. отмечается интерес к медиадискурсу, беспрецедентно расширяющему свои границы и реализующемуся в традиционных и новых медиатекстах. Исследовательским материалом в данной работе является современный культурно-просветительский дискурс, функционирующий в блоге, – активно развивающейся разновидности новых медиа.

Центральным понятием исследования является *медиаобраз*, который становится одним из ключевых понятий в социологии, философии, психологии, политологии, журналистике, при этом лингвистические исследования, направленные на изучение данного феномена, пока весьма немногочисленны. Методология его лингвистического описания находится на стадии формирования, лингвистическая специфика понятия *медиаобраз* нуждается в специальном рассмотрении.

В гуманитарной науке растёт интерес к Китаю как объекту изучения специалистами разных научных направлений. Наиболее активно в эпоху глобализации ведутся исследования в сфере политологии и экономики. Исследуется также образ Китая как страны с древней историей и богатой культурой; в работах по культурологии китайское искусство

расценивается как «деятельность, направленная на создание эстетически выразительных форм, часть духовной культуры и результат творческой деятельности человека» [Руденко 2006, с. 136]. Исследователями отмечается, что нравственные ценности, отражающие взгляды и мировоззрение народа, оказывают существенное влияние на познание человека и формирование образа страны [Бодрова 2013; Чжао 2019], однако в лингвистических исследованиях привлечение текстов об искусстве Китая нами не обнаружено.

Обращение к русскоязычным блогам об искусстве актуально, так как они обладают высоким лингвопрагматическим потенциалом, который на данный момент является малоизученным. Тема искусства представлена в широко известных просветительских медиапроектах «Арзамас» (<http://arzamas.academy/>), «Открытая лекция» (<http://openlecture.ru/>), «Colta» (<http://www.colta.ru/>) и др., в многочисленных блогах, что обусловило введение в научный оборот понятия *арт-медиадискурс* [Цветова 2018], воздействующий потенциал и лингвистическое воплощение которого также требуют специального исследования.

Из сказанного следует, что медиалингвистическое и коммуникативно-прагматическое изучение медиаобраза Китая, формируемого в блогосфере посредством текстов русскоязычных блогов об искусстве, является актуальной и перспективной научной задачей.

Теоретическая и методологическая база исследования. Основы методологии изучения медиадискурса заложили теоретики и практики журналистики и медиалингвистики: в их числе Т.Г. Добросклонская, В.И. Коньков, В.М. Березин, Л.Р. Дускаева, Н.Г. Нестерова и др.

Тема искусства в медиадискурсе исследуется в работах Е.А. Набиевой, А.А. Сидякиной, В.И. Новикова, К.К. Сагдуллаева, А.А. Самсоновой, Н.С. Цветовой.

Содержание понятия *медиаобраз* – его специфика и методы изучения – рассматриваются с позиций разных наук: журналистики (Е.Н. Богдан, А.В. Марущак, В.В. Барабаш, Т.В. Сезонов, Н.О. Ланцевская), социальной психологии (Д.О. Смирнов, Л.В. Хочунская), философии (С.Е. Ковалева), культурологии (Ю.В. Белоусова), медиалингвистики (Т.Г. Добросклонская, Т.Н. Галинская, Т.С. Глушкова, О.А. Зайцева, Ю.Н. Драчева, О.А. Ковач).

Проблема взаимосвязи понятий *образ*, *медиаобраз*, *имидж* обсуждается в работах Д.И. Тер-Минасовой, А.Ю. Панасюка, О.В. Морозовой, Д.М. Герасимчук, Н.В. Мельник, Ю.С. Сабаевой, А.В. Чепкасова.

Методы исследования. Основным методом исследования является *метод дискурс-анализа*, который предусматривает изучение языковых фактов в совокупности с экстралингвистическими, социокультурными условиями коммуникации и способствует выявлению контекстных значений в высказываниях автора текста и в интерпретациях читателей. *Общенаучный описательный метод* применяется во всех разделах исследования, его ключевые компоненты *наблюдение*, *обобщение*, *классификация* и *систематизация* материала реализованы с учётом коммуникативно-прагматического подхода к изучению языка. Посредством *метода сравнительно-сопоставительного анализа* понятие *медиаобраз* сопоставлено с понятиями *образ* и *имидж*, результаты применения данного метода позволили выявить ключевые компоненты медийного образа, актуальные для изучения его в

медиалингвистическом аспекте. Данный метод использован также при сопоставлении языковых средств создания медиаобраза Китая в подвергшихся изучению текстах о традиционном и современном китайском искусстве. *Метод лингвистического анализа*, включающий контекстный анализ языковых единиц, позволил выявить средства различных языковых уровней (лексического, морфологического, синтаксического), используемые для создания медиаобраза Китая в проанализированных текстах. *Медиалингвистический метод* обеспечил возможность сформировать систему параметров описания текста блога (канал распространения, коммуникативные возможности блога), а также описать закономерности взаимодействия вербальных и невербальных средств при рассмотрении поликодовых текстов. *Метод лингвокультурологического анализа* способствует определению и объяснению культурно-специфичных компонентов текста об искусстве Китая (реалий и традиций, специальных понятий, языковых единиц китайского происхождения, не имеющих русских эквивалентов; имён собственных). Данный метод позволил составить представление о национально-культурной специфике Китая, что обеспечивает адекватное восприятие медиаобраза страны. *Метод опроса* посредством ресурса Google применён с целью анализа оценки (положительной или отрицательной) образа Китая в представлении русского человека. В анкетировании приняли участие студенты и преподаватели ТГУ и учащиеся Института Конфуция при Томском государственном университете.

Методика анализа эмпирического материала включала следующие этапы:

1. Чтение и осмысление выбранных текстов с целью определения их тематического наполнения и авторской интенции.

2. Анализ образа автора изучаемых текстов, их профессионального / непрофессионального отношения к искусству Китая.

3. Выявление общих (универсальных) аспектов, по которым описываются в текстах исследуемых блогов разные виды искусства Китая.

4. Анализ текстов через призму универсальных аспектов.

5. Сопоставление и обобщение языковых средств, создающих разносторонний медиаобраз Китая; выявление универсальных для описания разных видов искусства средств воплощения медиаобраза и специфичных для отдельных видов искусства.

6. Анализ читательских комментариев: выявление языковых средств создания медиаобраза Китая, которые используются в комментариях к рассматриваемым блогам; определение восприятия русскоязычным адресатом китайского искусства и Китая в целом.

1. Теоретико-методологические основы исследования медиаобраза Китая в блогах об искусстве

1.1. Медиаобраз как одна из ключевых единиц медиадискурса

В XXI в. человек получает информацию и формирует представление о мире преимущественно через средства массовой коммуникации. Одной из форм создания и существования феноменов массового сознания в медиакоммуникации является медиаобраз [Галинская 2013, с. 91].

Как отмечают многие ученые, содержание понятия *медиаобраз* и методология его изучения находятся в процессе формирования, термин *медиаобраз* не кодифицирован: он не включен, например, в словарь «Журналистика и средства массовой информации» [Лозовский 2007], в словарь-справочник «Медиалингвистика в терминах и понятиях» под редакцией Л.Р. Дускаевой [Медиалингвистика... 2018].

Рассмотрим, как определяется термин «медиаобраз» современными исследователями. Чаще всего *медиаобраз* квалифицируется как «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» [Марущак 2012, с. 95]. В ряде исследований цитируется дефиниция этого термина, представленная в работе Е.Н. Богдан: медиаобраз – «особый образ реальности,

предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией» [Богдан 2007, с. 124]. В аспекте межкультурной коммуникации Ю.В. Белоусова определяет медиаобраз как «конструкт общественного сознания, формирующийся в медиапространстве и выстраивающий систему ценностей и оценок с опорой на культурные особенности и традиции» [Белоусова 2015, с. 10].

Медиаобраз рассматривается исследователями в узком и широком смысле. В узком смысле понятие *медиаобраз* интерпретируется как «фрагменты реальности, описанные в текстах только профессиональных журналистов, отражающих их мировоззрение, ценностные ориентации, политические предпочтения, а также психологические качества; в широком значении “медиаобраз” – это образ реальности, конструируемый во всех текстах, созданных в медиапространстве (профессиональными журналистами, блогерами, интернет-пользователями и т.д.)» [Галинская 2013, с. 91].

В социально-психологическом аспекте, по мнению Л.В. Хочунской, медиаобраз отражается в конкретном тексте и требует интерпретации, поскольку интерпретирующая мысль адресата становится инструментом, помогающим проникнуть в сознание респондента [Хочунская 2013, с. 93]. Автор отмечает, что данное понятие отражает «закодированное в медийном тексте ценностное представление автора о медиаобъекте, имеющее диалогический (полилогический) характер и вызывающее ценностную реакцию адресата» [Там же]. Акцентируя психологические аспекты функционирования медиаобраза, Д.О. Смирнов и М.В. Зубакин определяют медиаобраз как «сложное полисистемное психологическое образование, представляющее собой результат

взаимодействия мира автора и мира реципиента посредством медиаобъекта» [Смирнов, Зубакин 2013, с. 27].

Проблему описания структуры медиаобраза в коммуникативном аспекте решает Ю.С. Сабаева, отмечая, что медиаобраз имеет трёхчастную структуру, составляющими которой являются автор, медиаобъект и адресат. Определённый образ медиаобъекта создается авторами в медиатексте и воспринимается адресатами, по-разному проявляясь в их сознании [Сабаева 2019, с. 17].

Медиаобраз транслируется посредством медиа и существует в медиакommunikации, поэтому внутренняя форма *медиаобраза* интерпретируется как «(1) “образ в медиа”, т.е. образ, конструируемый в медиапространстве, или (2) “образ через медиа”, т.е. образ, воспринимаемый через медиасферу» [Драчева 2019а, с. 136]. Медиатекст, в свою очередь, определяется как «актуализованное в определенном медиаформате и объединенное общим смыслом сочетание знаковых единиц вербального и медийного уровней» [Добросклонская 2005, с. 34]. Медиаобраз и медиатекст взаимосвязаны, так как «медиатекст является результатом функционирования медиаобраза (1) и источником формирования медиаобраза (2)» [Драчева 2019а, с. 137], данный процесс можно представить формулой «медиаобраз (1) – медиатекст – медиаобраз (2)» [Там же].

Рассматривая данный феномен в лингвистическом аспекте, Т.Н. Галинская выделяет три подхода к изучению медийного образа в зависимости от анализируемого текстового материала: 1) медиаобраз изучается в медиатекстах, созданных только профессиональными репортёрами; 2) медийные образы рассматриваются на базе речевых продуктов,

полученных в результате работы фокус-групп; 3) медиаобраз исследуется на материале спонтанных речевых произведений интернет-пользователей, обсуждающих то или иное явление в социальных сетях, блогах, на сайтах медиаизданий [Галинская 2013, с. 92–93]. Медиаобраз в медиа-текстах, созданных профессиональными авторами, рассматривают Т.С. Глушкова и О.А. Зайцева, которые приходят к выводу, что медийный образ «является отражением объективной действительности в сознании носителей языка, т.е. фрагментом языкового сознания» [Глушкова, Зайцева 2017, с. 51].

Н.Ю. Ланцевская исследует медиаобраз территории, представленный на официальных сайтах, в интернет-газетах, интернет-энциклопедиях и интернет-справочниках. Автор рассматривает медиаобраз территории как «впечатление, составленное всей совокупностью упоминаний особенностей и событий этой территории, то суммарное представление о месте, которое создается средствами массовой информации в результате отражения в журналистских материалах тех или иных его черт, тех или иных сторон его жизни» [Ланцевская 2015, с. 102].

Ряд лингвистов акцентирует внимание на изучении языковых средств и стилистических приёмов воплощения тех или иных медиаобразов, представленных в медиатекстах (Аслан Эбру, Ю.Г. Овсиенко, Г.М.К. Чопсиева, Ю.Г. Сабаева, С.В. Филиппова, Л.А. Ядрихинская).

Описывая специфику медиаобраза, В.В. Барабаш и Т.В. Сезонов замечают, что медиаобраз характеризуется стереотипностью, утрированностью, кратковременностью, эмоциональностью. С опорой на указанную работу рассмотрим названные черты медиаобраза подробнее.

1. Стереотипность: медиаобраз в медиакommunikации формируется усилиями массового адресата, который имеет склонность мыслить стереотипизованно. Как отмечает О.А. Ковач, стереотипы, клише и штампы являются основным средством формирования медиаобраза, поскольку predetermined мощными историческими установками [Ковач 2019, с. 59].

2. Утрированность: наиболее характерные и яркие черты объекта медиаобраза возводятся в максимальную степень.

3. Кратковременность: время существования медийного образа зависит от социальных, экономических и политических факторов и в значительной степени определяется спросом аудитории на объект отображения.

4. Эмоциональность: медиаобраз вызывает эмоции и формирует на основе этого эмоциональное отношение к реальным объектам [Барабаш, Сезонов 2015, с. 208].

Таким образом, мы установили, что исследователи рассматривают различные проблемы формирования и функционирования *медиаобраза*, описывают сущность данного понятия, акцентируют различные его аспекты, изучают структуру и содержание феномена, анализируют частные медиаобразы в текстах разной жанровой природы. Специалисты, изучая медиаобраз, определяют его «в зависимости от научной концепции, в рамках которой выполняется исследование» [Драчева 2019а, с. 137].

1.1.1. Понятия «образ», «медиаобраз», «имидж»

Понятия *медиаобраз*, *образ* и *имидж* часто интерпретируются как синонимичные, но их смысловое наполнение не является тождественным.

Лексема *образ* в «Толковом словаре русского языка» [Ефремова 2000] имеет несколько значений, из которых три можно считать актуальными для настоящего исследования: 1. *Внешний вид, облик кого-л., чего-л.* 2. *Живое, наглядное представление о ком-л., чем-л.* 3. *Художественное отражение идей и чувств в звуке, слове, красках и т.п.* [Там же]. Понятие *имидж* в указанном словаре определяется как *образ человека, включающий в себя внешность, манеру поведения, общения и т.п., способствующие воздействию на окружающих* [Там же].

Если сравнить семантику этих лексем, то собственно русское понятие *образ* шире и разнообразнее, чем заимствованное *имидж*, так как лексема *имидж* в словаре представлена одним значением (лексико-семантическим вариантом). Лексема *образ* имеет давние традиции употребления и используется в разговорной речи (в нескольких значениях), в публицистике, в разных научных сферах, например, в филологии, культурологии, искусствоведении и др., в художественной речи. Англицизм *имидж* указывает на специализированное понятие, встречается часто в журналистике.

Проблема определения специфики понятия *имидж* рассматривается в диссертационном исследовании О.В. Морозовой, которая называет зарубежных ученых, чьи труды посвящены данной теме (С. Бурстин, С. Анхольт, Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер, М. Кастельс и Э. Тоффлер), и отмечает, что «в их работах понятия *образ* и *имидж* не разграничиваются» [Морозова 2017, с. 14–15] и что исследователи используют слово «*image*», определяя его как «мнения, представления и визуальность» [Там же].

Закономерно, что немало исследований посвящено разграничению понятий *образ* и *имидж*. Подробное изучение понятия *образ* встречаем в работе Д.Н. Замятина, который пишет, что образ – это «максимально дистанцированная и опосредованная репрезентация. Будучи сам частью культуры в ее высших проявлениях, образ в широком смысле позволяет воспринять (увидеть) “рельеф” культуры. Образ – и часть реальности, может меняться вместе с ней; в то же время образ – фактор изменения реальности» [Замятин 2002, с. 5]. По мнению автора, *образ* является представлением реальности.

Д.И. Тер-Минасова считает, что *имидж* понимается через слово *образ*, так как оно является его дословным переводом. «Важной особенностью понятия *имидж*, безусловно, отличающей его от русского эквивалента *образ*, является тот факт, что имидж возникает и начинает представлять интерес только в тех случаях, когда объект (носитель имиджа) становится публичным» [Тер-Минасова 2007, с. 67].

Многие исследователи отмечают, что имидж является вариантом образа. «С точки зрения социальной психологии имидж является разновидностью образа, возникающего в результате социального познания» [Перельгина 2002, с. 11]. Ю.Н. Драчева также полагает, что «в работах отечественных исследователей термин “имидж” имеет узкое, терминологическое значение и используется в психологии, имагологии, социологии и т.д., обозначая один из типов образа» [Драчева 2019а, с. 139]. Д.М. Герасимчук, Н.В. Мельник также утверждают, что образ играет роль основы формирования имиджа [Герасимчук, Мельник 2019, с. 113].

А.Ю. Панасюк устанавливает, что, когда понятие *образ* определяется как «способ, средство», «характер, склад, направление» и «художественный образ», его нельзя заменить понятием *имидж* (например, «Устроить дело наилучшим образом» ≠ «Устроить дело наилучшим имиджем», «Его образ мыслей» ≠ «Его имидж мыслей», «Данный художественный образ» ≠ «Данный художественный имидж»). Образ можно использовать как синоним имиджа в значении «внешний вид» (салон по созданию имиджа / образа) и «какие-либо качества человека, иного объекта, явления» (например, фраза: у него имидж мудрого политика, т.е. образ этого человека как мудрого) [Панасюк 2009, с. 7–8].

Детально дифференциация понятий *образ* и *имидж* представлена в докторской диссертации А.В. Чепкасова, посвящённой имиджу региона (на примере Кузбасса). Предметом анализа в указанной работе стал процесс формирования имиджа в текстах региональных, федеральных, зарубежных СМИ и в публичных выступлениях регионального политического лидера. В исследовании автора анализируются научные концепции, отражающие различные подходы и обоснование самостоятельности исследуемых понятий [Чепкасов 2018]. Под *имиджем региона* в исследованиях автора понимается «намеренно формируемое командой профессионалов и транслируемое посредством информационных каналов представление о данной территории, которое позволяет осознать ее как положительную ценность высокого порядка и способствует повышению ее политического, социального, экономического, культурного и др. статуса» [Чепкасов 2021, с. 13].

На основании изложенного приходим к тому, что понятие *образ* является содержательно более полным, чем понятие *имидж*, так как исконно русская лексема *образ* имеет несколько лексико-семантических вариантов и давнюю историю употребления, а относительно новый англицизм *имидж* представлен в словарях одним значением, и сфера его употребления ограничена. В целом, опираясь на исследования учёных, можно отметить, что образ – это результат отражения объекта в сознании человека, а имидж – искусственно формируемый образ.

Выше упоминалось, что *образ* как феномен представления реальности тесно связан со понятием *медиаобраз*. О.В. Морозова отмечает, что «тот *образ* ... который создается средствами массовой информации в сотрудничестве с разными сферами духовного творчества и является выражением общественного сознания в медиапространстве, может быть определен как *медиаобраз*» [Морозова 2017, с. 18]. То есть медийный образ, или медиаобраз, создаётся и функционирует в массовой коммуникации. Е.Н. Богдан также замечает, что «в журналистской практике для обозначения образа... создаваемого СМИ, используется понятие “медиаобраз”» [Богдан 2007, с. 4].

Д.Э. Горбаль, опираясь на идеи разных ученых, изучает характеристику *образа* и *медиаобраза*. Автор определяет медиаобраз как «виртуальный образ реальности, обособленной совокупностью своих отличительных черт и условий, который возникает в общественном сознании благодаря материалам СМИ, и других объективных и субъективных источников информации» [Горбаль 2020, с. 73]. Автор также подчеркивает, что медиаобраз формируется спонтанно.

В свою очередь, *медиаобраз* является средством или инструментом формирования *имиджа*: например, С.В. Григорян определяет *медиаобраз* как «ключевой механизм формирования *имиджа*» [Григорян 2016, с. 9]. Ю.С. Сабаева, описывая сходные и различные черты *медиаобраза* и *имиджа*, акцентирует внимание на том, что «главным инструментом создания медиаобраза являются СМИ, а местом их функционирования – тексты средств массовой коммуникации» [Сабаева 2019, с. 19–21]. Разница между этими двумя понятиями также упоминается в «Словаре терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности» [Федоров 2014]. Медиаобраз – «материализация авторского замысла в конкретной аудиовизуальной, пространственно-временной форме медийного повествования» [Там же, с. 31]. Имидж – «специально созданный медийный образ (человека, предмета, явления) с целью популяризации, рекламы и т.д.» [Там же, с. 19].

Итак, представленный обзор исследований позволяет сделать вывод о том, что понятия *образ*, *имидж*, *медиаобраз* специфичны и каждое из них имеет свои особенности. Образ появляется в сознании носителей языка, обозначает результат отражения объекта и распространяется через разнообразные сферы коммуникации. Образ, функционирующий в массовой коммуникации, квалифицируется как медиаобраз. Если образ и медиаобраз создаются спонтанно, то имидж специально формируется для определенной цели.

В монографии в качестве ключевого используется термин *медиаобраз*, так как рассматривается образ страны, создаваемый в сфере массовой коммуникации. Под *медиаобразом* понимается субъективное представление автора (блогера) об

определенном объекте (Китае), которое создается в текстах блогов на русском языке, репрезентируется в медиатекстах посредством специальных языковых и неязыковых средств, вызывает реакцию адресата.

1.1.2. Аспекты изучения медиаобраза Китая в гуманитарной науке

Сегодня Китай играет все более важную роль на мировой арене, высок его статус в сфере международных отношений, поэтому исследование медиаобраза КНР становится актуальным для разных наук. Изучением образа Китая активно занимаются российские и зарубежные политологи, экономисты, историки, филологи, культурологи, философы.

Политологические и экономические аспекты создания образа Китая исследуются в работах Н.А. Ашировой, И.Н. Алтуховой, И.В. Романовой, Л. Лай, С.А. Тороповой, Е.Г. Ивашенко; А.М. Кирсановой, Я. Ли, Д.Р. Шарафутдинова и др. Учёные рассматривают процессы становления и развития образа Китайской Народной Республики в мире в целом и текущее восприятие китайской экономики и политической сферы российской общественностью в частности.

В трудах философов О.В. Бузмаковой, В.И. Исаченко представлены результаты анализа образа Китая и китайцев в русской ментальности и русском сознании. Эволюция и трансформации образа Китая в историческом аспекте описываются в трудах Н.С. Калининой, Ю.Г. Благодера, А.В. Лукиной, Е.С. Цисельской. Некоторые вопросы, связанные с образом Китая в представлении российского общества, изучены в исследованиях Ю.Г. Благодера, С.С. Минца.

В работах Н.Г. Медведевой, Я. Чжэна, Ц. Чжаа, Ю. Цзя рассмотрен образ Китая в русской литературе.

Лингвистическому рассмотрению образа Китая, создаваемому в российских медиа, посвящены работы О.Н. Сорокиной, Ц. Цзинь, Е.В. Осетровой, К. Чэнь, Ю. Чэн; Л. Го. Отметим, что некоторые лингвистические составляющие медиаобраза Китая рассматриваются в исследованиях филологов с точки зрения журналистики (О.В. Монастырёва, Ф. Сунь, О.С. Коновалова, С. Ван, Ц. Ду, Д. Шао, Ч. Цзе) и культурологами (Ю. Цуй, О.И. Бодрова).

Процесс формирования образа страны на мировой арене зависит от ряда факторов, например, от особенностей её внешней и внутренней политики, эффективности экономики, специфики культурного фона, традиций и т.д. С.А. Торопова выделяет следующие основные параметры, определяющие медиаобраз современного Китая:

«– базовые культурные и исторические ценности и традиции;

– геополитические составляющие;
– форма государственного устройства;
– имидж руководства КНР;
– информация в ведущих каналах массовых коммуникаций;

– отказ от непопулярных информационных поводов;
– донесение точки зрения Китая о событиях в мире;
– диалог России с влиятельными китайскими СМИ» [Торопова 2017б, с. 141].

В научных работах, посвящённых рассмотрению медиаобраза Китая в российских СМИ в разных аспектах, Китай характеризуется, во-первых, как страна, которая активно

реализует себя в культуре, экономике и политике [Осетрова, Чэнь 2018, с. 20]. Учёные отмечают, что Китай в российских СМИ позиционируется как «сильное государство, серьёзный участник политической и экономической жизни всего мирового сообщества» [Ван 2012а, с. 22]; «Китай на сегодняшний день – государство, способное реализовать потенциал своей этнокультурной идентичности» [Бодрова 2013, с. 165].

Во-вторых, отмечается, что Китай тесно сотрудничает с Россией [Торопова 2017а; Осетрова, Чэнь 2018; Монастырёва 2011; Кирсанова 2019]. «Российско-китайские отношения являются приоритетным направлением внешней политики России, влияют на социальную и экономическую жизнь населения, а потому регулярно и массово обсуждаются на страницах периодических изданий» [Осетрова, Чэнь 2018, с. 21].

В-третьих, по наблюдениям исследователей, в описании Китая положительная и нейтральная коннотации преобладают над негативной. «Публикации изданий о КНР носят преимущественно нейтральный, а в некоторых случаях положительный характер и направлены в основном на ту целевую аудиторию, которая интересуется Китаем в связи с жизнью, работой или интересами» [Кирсанова 2019, с. 60]. Российские СМИ подчеркивают, что Китай – партнёр, с которым выгодно сотрудничать.

В российских СМИ не только Китай, но и китайцы характеризуются положительно. Так, результаты анкетирования жителей г. Комсомольска-на-Амуре, проведённого китайским культурологом Ю. Цуй, показали следующее: россияне считают, что китайцы демонстрируют «трудолюбие и

трудоспособность, коллективность и высокую организованность в деловых отношениях, здоровый образ жизни, предприимчивость, приверженность традициям, любопытство, стремление к сохранению своей культуры, отзывчивость, открытость, бережное отношение к окружающей среде и вещам» [Цуй 2011, с. 20].

По мере расширения китайско-российских отношений в российских СМИ освещаются не только политические и экономические проблемы, но и культура и традиции Китая. Темы культуры наиболее успешно формируют и пропагандируют положительный образ страны. По мнению О.И. Бодровой, «КНР активно формирует свой культурный облик, эксплуатируя как традиционные раритеты для пропаганды своей культуры, так и в качестве заимствования передового опыта, работая над развитием индустрии культуры в современном обществе» [Бодрова 2013, с. 164].

Ю. Цуй выявляет условия, факторы и процессы формирования образов России и Китая в процессе межкультурного взаимодействия. Исследователь отмечает, что «в образе Китая, создаваемом в России, доминирующими чертами были культурные традиции (своеобразное питание, чайная церемония, почитание старших, культ предков), особый строй мышления, плотное население и т.д.» [Цуй 2011, с. 21]. С. Ван также пишет, что культура играет важную роль для создания образа Китая. Она обращает внимание на то, что одним из основных источников о культурном страноведении Китая является российский журнал «Вокруг света»¹, в нём

¹ Журнал «Вокруг света» был основан в Санкт-Петербурге в 1861 г. и издается на протяжении уже полутора веков. URL: <http://www.vokrugsveta.ru/vs/> (дата обращения: 18.01.2021).

широко представлены различные сферы культуры Китая. Например, «музыка и сценичное искусство», «художественная литература», «боевые искусства (*кунг-фу и ушу*)» и «гимнастика *цигун* и мифология *инь и ян*» – это те темы, которые интересуют русских читателей [Ван 2012]. Со страниц российской прессы читатели могут узнать о культурном и историческом фоне Китая, дополнив тем самым его медиаобраз, сформированный ранее политической и экономической тематикой публикаций.

В журналистских исследованиях многие ученые рассматривают образ Китая, отраженный в медиа. Китайские ученые Д. Шао и Ц. Ду в качестве материала рассматривают содержание СМИ, издающихся Китаем на русском языке и ориентированных на российскую аудиторию. Это журнал «Китай»¹, газета «Жэньминь Жибао»², азиатское иллюстрированное обозрение «Россия и Китай»³. Д. Шао, анализируя данные источники, установил особые медиадискурсивные свойства языковых средств и стилистических приемов, которые раскрывают образ Китая, формируют его положительные имиджевые характеристики. Ученый пишет, что «многие тексты, несмотря на серьезность проблематики, приобретают оттенок поэтичности» [Шао 2017, с. 136], в них используются фразеологические конструкции, встречаются

¹ Китайский государственный русскоязычный ежемесячный журнал, который призван знакомить читателей России и СНГ с авторитетной и достоверной информацией о современном Китае. URL: <http://www.kitaichina.com/> (дата обращения: 18.01.2022).

² Китайская ежедневная газета, выходящая на разных языках. URL: <http://russian.people.com.cn/> (дата обращения: 18.01.2022).

³ Негосударственный журнал, издается в рамках проекта «Евразийское иллюстрированное обозрение». URL: <https://ruchina.org/> (дата обращения: 18.01.2022).

перифразы и образные выражения метафорического характера.

Ц. Ду также замечает, что наиболее важными характеристиками языка сетевых СМИ Китая на русском языке являются скрытая диалогичность и образность. Автор обращает внимание на иллюстрации к публикациям, по его мнению, «несомненным преимуществом данных СМИ являются фотоматериалы, которые сделаны с большим искусством. Фотографии наглядно представляют жизнь Китая в ярком, позитивном ракурсе» [Ду 2017, с. 17].

Китайский исследователь Ф. Сунь провел комплексный анализ фотожурналистики как одной из ветвей визуальной коммуникации Китая в газетах и журналах. В диссертационном исследовании Ф. Сунь отмечает, что «китайская фотожурналистика является важным средством формирования объективного образа Китая» [Сунь 2010, с. 16].

Н.Н. Кошкарлова, анализируя китайские русскоязычные СМИ (журнал «Китай», международный телеканал на русском языке «ССТV-Русский»¹ и международное радио Китая «CRI-Русский»²), установила, что они являются инструментом формирования медиаимиджа страны. По мнению автора, данные СМИ «отвечают ожиданиям аудитории как в Китае, так и в России, освещая широкий круг вопросов не только территориального, но и мирового масштаба. Такое позитивное, адекватное и разнообразное представление материала способствует формированию позитивного имиджа

¹ Международный телеканал Центрального телевидения Китая, вещающий на русском языке. URL: <http://russian.cctv> (дата обращения: 18.01.2022).

² Китайская международная государственная радиоккомпания. URL: <http://russian.cri.cn/> (дата обращения: 18.01.2022).

обеих стран в сознании целевой аудитории» [Кошкарова 2017, с. 87].

О.В. Монастырёва исследует коммуникативные стратегии формирования и продвижения образа Китая в русскоязычном вещании международного радио Китая. Автор подчёркивает, что культура – это основной предмет русскоязычного вещания: «Современный период вещания из Китая на русском языке, характеризуемый как “период культурных инициатив”, максимально использует возможности коммуникативной стратегии сближения для формирования положительного образа Китая в глазах русскоязычной аудитории» [Монастырёва 2011, с. 10].

Итак, ученые, реализующие себя в сфере журналистики, исследуют образ и имидж Китая, функционирующий в китайских русскоязычных СМИ; фокусируются на российско-китайских отношениях; выделяют важные языковые и стилистические особенности и коммуникативные стратегии.

Интересные результаты лексического воплощения медиаобраза Китая в американских СМИ представлены в научной статье О.Н. Сорокиной. Автором исследуется образ Китая как информационная модель, создаваемая средствами массовой информации США, и предлагается «анализ лексической наполненности выделяемой информационной модели; определяются признаковые характеристики описываемого объекта, совокупность которых составляет образ Китая, формируемый СМИ США» [Сорокина 2010б, с. 24].

Китайские учёные Ц. Цзинь и Ю. Чэн исследовали метафору и метафорические выражения, используемые для создания образа Китая в газете «Аргументы и Факты», в электронных базах данных Национального корпуса русского

языка¹ и компании «Интегрум»². Ц. Цзинь выявил, что для выражения дополнительной эмоции и оценки в текстах СМИ чаще всего используются историко-символические метафоры *Дракон* и *Поднебесная* в качестве синонима имени собственного *Китай* [Цзинь 2016, с. 45]. Китайского императора называют *Дракон*, он воспринимается как сын неба, который сошёл в суетный мир, чтобы спасти людей. Лексема *Поднебесная* в классической китайской философии связана с понятиями порядка и цивилизации. *Дракон* в китайской культуре – положительный образ, он сильный, добрый и великий, поэтому автор считает, что «в связи с интенсивным экономическим развитием Китая его сравнение с мифологическим, сильным существом вполне уместно» [Там же, с. 46]. Итак, в российских СМИ лексемы *Дракон* и *Поднебесная* используются вместо топонима *Китай*, что способствует представлению Китая как сильной влиятельной страны, лидера в современном мире.

В исследовании Ю. Чэна показано, что в российских СМИ для актуализации представлений о доминирующей позиции Китая в сфере международной политики и экономики активно используются спортивные метафоры [Чэн 2018, с. 117]. Учёный Л. Го анализирует прагматические репрезентации лексем синонимического ряда с доминантой *Китай* и отмечает, что аббревиатура *КНР* наиболее активно используется как в негативном, так и позитивном аспектах в текстах российских СМИ, лексема *Поднебесная* является третьей по частотности употребления после топонима

¹ Национальный корпус русского языка. URL: <https://ruscorpora.ru/new/> (дата обращения: 18.01.2022).

² Одна из крупнейших диверсифицированных медиакомпаний СНГ. URL: <https://integrum.ru/> (дата обращения: 18.01.2022).

Китай и аббревиатуры *КНР*. Автор приходит к выводу, что «в российском информационном пространстве формируется образ Китая как мирового лидера, имеющего специфические социокультурные и политические характеристики» [Го 2019, с. 38].

В исследовании Е.В. Осетровой и К. Чэнь выявляются характеристики семантических аспектов медиаобраза Китая. Авторы признают, что Китай быстро развивается в культурной, экономической и внешнеполитической сферах, имеет устойчивые связи с Россией и США. КНР описывается как субъект, «по преимуществу положительно квалифицированный в рамках различных оценочных языковых позиций и форм (семантика предикатов, оценочные квалификативы, пропозиции характеристики, модус-позиция)» [Осетрова, Чэнь 2018, с. 27]. В соответствии с этим авторы делают вывод, что «формирование медиаобраза Китая происходит с учетом трех семантических аспектов: семантическая сфера, семантические роли и участники и, наконец, языковая оценка» [Осетрова, Чэнь 2018, с. 20].

Таким образом, составляющие медиаобраза Китая многочисленны, в русскоязычных СМИ сформирован преимущественно положительный или нейтральный образ страны. В прессе, ориентированной на российских читателей, создаётся представление не только о политическом и экономическом аспектах, но и о специфике культурной жизни страны.

Однако исследования, в которых рассматриваются лингвистические особенности текстов, создающих медиаобраз Китая, весьма немногочисленны. Обнаруживается незначительное внимание филологов к текстам об искусстве как источнику изучения медиаобраза Китая. Отмеченные факты

обуславливают необходимость рассмотрения источниковедческих возможностей текстов об искусстве в контексте исследования медиаобраза Китая.

1.1.3. Китай и китайское искусство в восприятии русскоязычного адресата (по данным опроса)

В рамках исследования среди студентов и преподавателей Томского государственного университета (далее – ТГУ), учащихся Института Конфуция ТГУ, подписчиков сообщества «ТГУ» в социальной сети «ВКонтакте» был проведён опрос. Участниками опроса стали носители русского языка. Разнообразие социальных групп при выборе участников дает более полное представление об отношении российской аудитории к Китаю. В опросе приняли участие 155 респондентов. Всего было предложено 6 вопросов, 4 из них предполагали выбор вариантов ответа, 2 – свободно конструируемый ответ, всего получено 930 ответов. В анкетировании актуализированы вопросы, которые в определенной степени позволили установить и охарактеризовать особенности отношения русских к китайскому искусству и Китаю в целом.

Опросный лист разделен на 6 блоков:

1. Интерес к культуре Китая.
2. Цель знакомства с китайской культурой.
3. Источник получения информации о культуре Китая.
4. Виды китайского искусства, которые популярны в России.
5. Отношение русских к искусству Китая.
6. Китай глазами русских респондентов.

Результаты опроса показали следующее. Среди опрошенных 93,4% российских респондентов продемонстрировали интерес к культуре Китая, лишь 6,6% участников ответили, что не интересуются этой темой (рис. 1).

Интересно ли Вам познакомиться с культурой Китая?

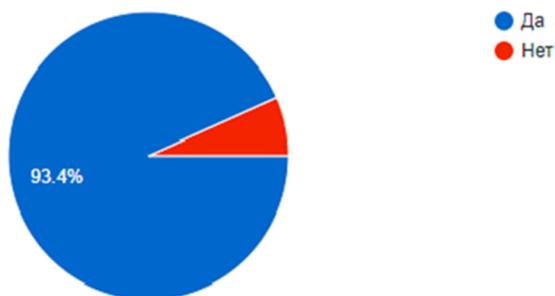


Рис. 1. Интерес респондентов к культуре Китая

Определение цели знакомства с искусством Китая предполагало вопрос с множественным выбором. Большинство из опрошенных (89,4%) указали, что хотели бы познакомиться с китайской культурой для развлечения, некоторые из них (27,2%) также выбрали в качестве причины учебу, 25,2% – работу. Закономерно, что 6,6%, т.е. 10 респондентов (ср.: 6,6% ответивших отрицательно на вопрос № 1), ответили, что хотели бы изучать культуру Китая (рис. 2).

В качестве источника информации о культуре Китая 95,4% респондентов указали интернет. При этом 29,8% участников опроса получают информацию о китайской культуре также по телевизору. Печатные произведения (газеты, журналы) занимают лишь третье место – 17,9%, а

1. Теоретико-методологические основы исследования

радио (4,6%) – четвертое. Некоторые опрошенные добавили свой источник получения информации: 9,7% – от китайцев, 2,2% узнают о Китае на занятиях в университете (рис. 3).

Для чего Вы хотели бы узнать китайскую культуру?

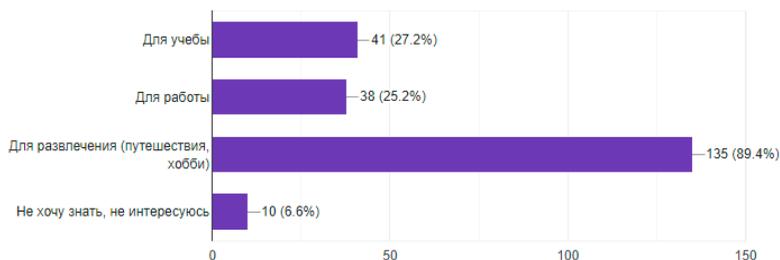


Рис. 2. Цель знакомства с китайской культурой

Из какого источника Вы получаете/ можете получать информацию о культуре Китая?

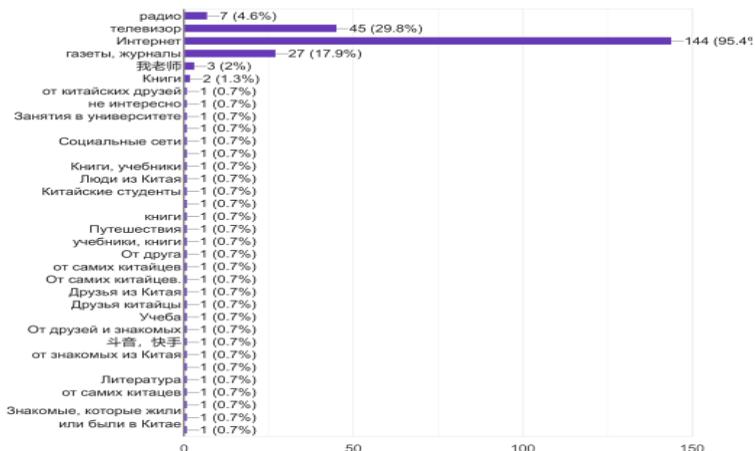


Рис. 3. Источник, который респонденты используют для получения информации о культуре Китая

Интересны ответы на вопрос, посвященный видам китайского искусства, популярным среди информантов. Как оказалось, среди русских респондентов наиболее популярны каллиграфия (88,7%) и живопись (73,5%). Китайский фарфор занимает третье место (72,2%); 64,9% участников опроса предпочитают китайскую музыку. Чуть меньше известны опера (44,4%), танец (39,1%) и вышивка (33,8%). Ещё 9,8% респондентов указали иные виды искусства, например, искусство чайной церемонии, балет, кино, литературу. Только 2,6% опрошенных ничего не знают об искусстве Китая (рис. 4).

О каких видах китайского искусства Вы слышали, знаете?

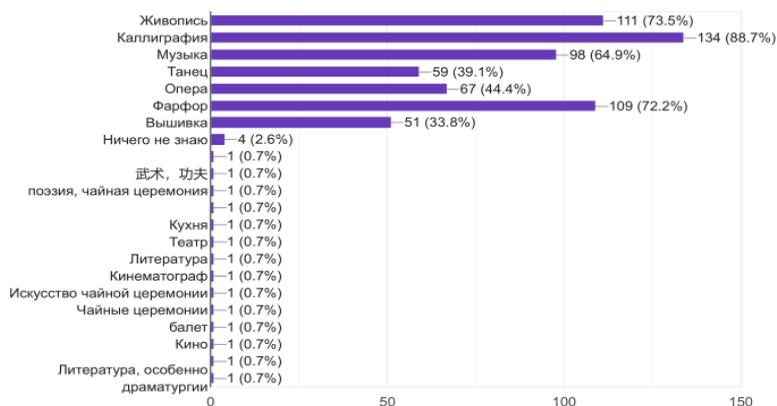


Рис. 4. Виды китайского искусства, известные респондентам

Последние два блока опроса состоят из открытых вопросов, на которые респондентам предлагалось дать развернутые ответы (рис. 5, 6).

1. Теоретико-методологические основы исследования

Какими словами Вы выразили бы свое отношение к китайскому искусству?

Мне нравится. Завораживает
Своеобразное
Интересно
Положительное
Очень заинтересован
Восхищение
Это очень интересно!

Рис. 5. Отношение респондентов к китайскому искусству

Китай – это _____ (напишите 2 высказывания)

1) страна, в которой я хочу путешествовать. 2) экономический прогресс.
.
1) Богатая культура 2) интересные люди
Возможности/Произведение искусства
Поднебесная
Древнейшая цивилизация, поэтому вызывает большой интерес! Разнообразие культур у Северного, Южного, Западного и Восточного Китая. Китайский театр, Китайская опера, каллиграфия, керамика... можно долго перечислять. Интересна китайская кухня. И очень интересен китайский язык!

Рис. 6. Китай глазами русских

Анализ ответов на вопросы позволил определить 2 группы респондентов по их отношению к искусству Китая и к стране в целом: 1) с положительным отношением; 2) с нейтральным отношением.

Отмечается, что для выражения нейтрального отношения к искусству Китая 14 опрошенных (9,2%) используют имена прилагательные *неизвестный; далекий; незнакомый; равнодушный; нейтральный; размытый*; словосочетания *совершенно новый мир для западного человека; как другая планета все отличается от европейского; не моё; меня не интересует; мне не интересно*.

Большая часть респондентов (139 опрошенных, 90,8%) положительно оценивает китайское искусство, их ответы делятся на четыре категории (рис. 7).

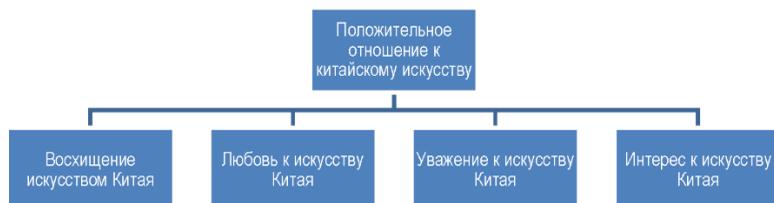


Рис. 7. Положительное отношение к китайскому искусству

Восхищение опрошенных к искусству Китая чаще всего выражается следующими средствами:

– именами существительными: *изысканность, тонкость, красота, гармония, изящество, шедевр, традиционность, мастерство, трепет, умиление, восторг*;

– именами прилагательными в полной и краткой формах: *изящный, увлекательный, самобытный, своеобразный, очаровательный, необычный, гармоничный, оригинальный, прекрасный, роскошный, чувственный, разнообразный, колоритный, уникальный, поэтический, классический, вечный*;

– наречиями: *восхитительно, красиво, великолепно*.

Любовь русских респондентов к китайскому искусству подчеркивается глаголами *люблю, обожаю*; частотны глагольные словосочетания с наречием *очень*: *очень нравится, очень ценю*.

Уважение к искусству страны передается однокоренными словами *уважать* и *уважение*.

Интерес к искусству Китая описывается с помощью прилагательного *интересный* и его деривата *интересно*; глаголов *интересовать / заинтересовать* и *завораживать*; существительных *удивление, экзотика*, подчёркивающих причудливые, удивительные особенности искусства страны.

Китай глазами респондентов видится неоднозначно: как позитивное, негативное, нейтральное или неоднозначное явление.

Большинство участников опроса (130 опрошенных, 85%), выразили позитивное отношение к Китаю, они представляют Китай как *стремительно развивающуюся страну с уникальной культурой и богатой историей*. Респонденты в основном положительно оценивают китайцев как *трудолюбивых, веселых и жизнерадостных людей*.

7,2% респондентов нейтрально относятся к Китаю, они не знакомы с Китаем, с их точки зрения, Китай – это Восток и совершенно другой, неизвестный им мир. 5,9% опрошенных отмечают, что Китай – *страна контрастов, закрытая от всего мира; территория, на которой мало места для людей, сами китайцы едят всё, что движется*. 2% участников сформулировали неоднозначное отношение к Китаю. С одной стороны, они считают, что Китай – *красивая страна, которая привлекает многих возможностями для путешествий, учёбы, работы и жизни*. С другой стороны, они

имеют стереотипные представления о Китае, в частности, о её политике и экологической обстановке. Например, участники опроса отмечают, что Китай – *это страна с произволом властей и плохой экологией*.

Таким образом, анализ результатов опроса показал, что респонденты проявляют интерес к китайской культуре, преимущественно вызванный любопытством, которое реализуется в контексте досуга. Не удивительно, что интернет указывается как самый популярный источник информации о Китае. Известными видами искусства для российских респондентов являются каллиграфия, живопись и фарфор. Большинство респондентов положительно относятся к китайскому искусству, выражают одобрение и уважение к нему; также позитивно оценивается китайский народ и Китай в целом.

Полученные посредством опроса данные представляются значимыми для проведённого исследования, так как они подтверждают живой интерес у носителей русского языка к китайской культуре. Статистика результатов опроса позволила сфокусироваться в исследовании на видах искусства, которые наиболее интересны для российской аудитории, и в значительной степени определила выбор практического материала для исследования. Выявленный факт о доступе общественности к информации через интернет является весомым аргументом для изучения образа Китая через тексты блогов.

1.2. Русскоязычный блог как источник изучения медиаобраза Китая

В данном исследовании в качестве источника изучения медиаобраза выступают блоги. Блог, относясь к новым медийным текстам и соответственно являясь частью современной медиасферы, включает настоящее исследование в медиалингвистический контекст и обосновывает структуру разд. 1.2.

В условиях быстрого развития новых технологий медиаиндустрия претерпевает значительные изменения, характеризующиеся быстрым появлением и развитием новых форм массовой коммуникации, а также интеграцией новых и традиционных медиа.

По мнению многих исследователей, под традиционными медиа подразумеваются средства массовой информации (СМИ), которые существовали до начала компьютерной эры, – это телевидение, радио и пресса. Научные данные свидетельствуют, что в историческом развитии человеческого общества первое печатное издание датируется примерно 1445–1447 гг. [Акавов 2016, с. 31], термин *радио* был впервые введен английским физиком-химиком Уильямом Круксом в 1873 г. [Меркулов 2007, электронный ресурс], цветное телевидение появилось в 1955 г. [Гончаров 2019, с. 71]. Развитие интернета способствовало распространению информации новыми способами, что обусловило зарождение новых медиа [Кузиленков 2019, с. 58]. Таким образом, термин *новые медиа* возник в конце XX в.

Как отмечается во многих научных работах, отправной точкой можно считать 19 апреля 1995 г., когда в результате

террористических действий в Оклахоме (США) журналисты начали активно публиковать всю имеющуюся у них информацию в интернете. По сути, интернет из хранителя информации превратился в сильного конкурента телевидению и печати.

Термин «новые медиа» изменчив в своем значении. В конце XX в. он использовался в качестве «обозначения альтернативных традиционным СМИ интерактивных электронных изданий» [Рогалева, Шкайдерова 2015, с. 223]: «понятие “новые медиа” (New media) стало использоваться, чтобы отличать традиционные СМИ (телевидение, радио и прессу) от сети Интернет» [Там же, с. 222]. В работе Е.Л. Варгановой, опубликованной в 2008 г., понятия *интернет* и *новые медиа* используются как синонимы [Варганова 2008]. В ряде исследований отмечается, что интернет включается в систему СМИ.

Последний тезис впервые постулируется Я.Н. Засурским в 2003 г. [Засурский 2003]. Такой же подход, обусловленный активным развитием интернет-изданий, обнаруживается в работах А.Л. Водолагина (2002); Е.Ю. Баженовой (2013); Ю.Ю. Московкина (2018). «Резкий взлет числа и влияния российских сетевых изданий к выборам 1999–2000 гг. лишил конкретного смысла перешедший в хроническую фазу спор на тему “Является ли интернет средством массовой информации?”» [Вакурова, Московкин 2001, с. 44].

П.С. Киреев определяет понятие *новые медиа* как «все виды традиционных медиа, содержание которых преобразовано в цифровую форму и может быть потенциально представлено в сети Интернет» [Киреев 2010, с. 117], т.е. по существу, акцентирует внимание на том, что традиционные

медиа получили новые условия функционирования. Л.М. Землянова синонимизирует понятия *новые медиа* и *интернет-СМИ* [Землянова 2005].

С появлением новых коммуникационных технологий традиционные медиа начали интегрироваться в новые. Как отмечается в научной литературе последних лет, «признак современной коммуникационной среды – уход от присущей традиционным медиа периодичности к распространению информации в режиме реального времени. На смену ежемесячных, еженедельных и даже ежедневных СМИ приходят непрерывно обновляющиеся онлайн-издания» [Бирюкова, Новгородова, Кичкина 2021, с. 138]. Например, газеты представляют электронные версии; радио реализует воспроизведение контента через интернет, позволяя пользователям свободно искать или выбирать программы, которые они хотят прослушать в удобное время и оставлять комментарии по окончании программы; телевидение добавляет такие функции, как воспроизведение программ, фильмов и сериалов по запросу и подписку на каналы в интернете. С помощью развития цифровых технологий границы между различными видами массовой коммуникации постепенно стираются.

Многие ученые (журналисты, лингвисты, социологи и др.), изучая конвергентные формы журналистики, основанные на различных средствах и каналах коммуникации, и использование традиционными СМИ ресурсов интернета (А.И. Акопов, И.Ю. Мясников, Е.М. Тихонова, А.А. Бастрон, Е.В. Желудева, А.А. Колосова, А.А. Шнайдер, Е.И. Бойко, А.Ю. Трутнев, С.Р. Давлетшина, М.И. Солонина), приходят к выводу, что «современное состояние глобальной сети

Интернет представляет собой переход во вторую стадию своего развития (так называемый Web 2.0)» [Рогалева, Шкайдерова 2015, с. 223]. В работе К.А. Карякиной описывается система новых медиа четырьмя ключевыми взаимосвязанными признаками: «конвергенцией, дигитализацией, интерактивностью и принадлежностью данных медиаресурсов к сетевому пространству» [Карякина 2010, с. 6].

В контексте обращения к блогосфере значимы наблюдения учёных о том, что технологии и коммуникационные особенности новых медиа активизировали аудиторию, которая перешла от пассивного получения информации к ее активному созданию. «Современная коммуникационная среда ориентируется на пользователя» [Бирюкова, Новгородова, Кичкина 2021, с. 138].

Учеными составлен широкий список новых медиаформатов, в который ещё в 2010 г. были включены: «интернет-представительства (порталы) онлайн-СМИ; интернет-СМИ; интернет-ТВ (вебкастинг); интернет-радио (подкастинг); мобильное ТВ; блогосфера; кино, рассчитанное на интернет-аудиорию; социальные сети (включая детские социальные сети); Twitter; виртуальные сообщества; виртуальные игры; другие ресурсы Веб 2.0» [Там же].

Сегодня этот список существенно расширен. Возможности сетевых онлайн-ресурсов безграничны: «мгновенное обновление новостей, способность архивации информации и быстрого доступа к ней, расширенный поиск. Интернет позволяет создать сайт, блог, личную страницу, проводить изменения потребностей и настроений целевой аудитории, социологические опросы и голосования» [Назметдинова, Лебедева 2018, с. 79–80]. Новые медиа выступают в качестве

поисковых систем, порталов социальных сетей, групп новостей, электронной связи, форумов, блогов и др.

О.С. Рогалева, Т.В. Шкайдерова замечают, что именно такое широкое понимание новых медиа характерно для современной науки. Расширение сферы распространения новостей происходит благодаря внедрению новых практик сетевой коммуникации, таких как блоги и социальные сети. Эти новые медиа называют передовыми медиа [Рогалева, Шкайдерова 2015, с. 223].

Обобщая научные исследования по данной проблематике, Н.С. Самойленко и К.И. Кушнир выделяют основные различия между новыми и традиционными медиа. Новые медиа функционируют более оперативно, чем традиционные. Новые медиа являются открытыми, а традиционных медиа – закрытыми. Аудитория новых медиа может быть обозначена как пользователи, а аудитория традиционных медиа – это публика. Новые медиа предоставляют «картинку», традиционные медиатексты. Новые медиа действуют активно, а традиционные – пассивно. Новые медиа предлагают пользователям возможность генерировать контент. Традиционные предоставляют такую возможность производителю [Самойленко, Кушнир 2020, с. 162].

Китайские ученые сравнивают механизм коммуникации новых и традиционных медиа и приходят к следующим выводам: «Новые медиа объединяют разнообразные способы передачи информации и реализуют многогранную, трехмерную и всесторонне интегрированную цифровую всемедийную коммуникацию»¹ [Ван 2016, с. 47]. «Традиционные

¹ Здесь и далее ссылки на иностранную литературу цитируются в переводе автора.

СМИ обычно имеют механизм односторонней коммуникации, при котором информация привязывается к какому-либо носителю и распространяется принудительно. Аудитории трудно дать обратную связь» [Фэн 2012, с. 117]. Автор отмечает, что новые медиа имеют более «широкий механизм коммуникации», например интернет-пространство, где после распространения информации адресат может немедленно реагировать на нее [Там же].

Представим схематично механизм коммуникации традиционных и новых медиа, учитывая результаты, описанные китайскими исследователями [Фэн 2012; Ван 2016] (рис. 8, 9).



Рис. 8. Механизм коммуникации традиционных медиа

Общим для традиционных и новых медиа является то, что их основная задача – предоставление информации, а разница заключается в том, что способ и форма подачи информации различны [Стинс, Ван Фухт 2008, с. 98].

Наряду с этим ряд ученых изучает особенности языка новых медиа, которые отличаются от традиционных. «Язык “новых медиа” обладает ярко выраженными социальными признаками и оказывает воздействие на общественные, экономические, культурные стороны жизни, а также формирует в значительной мере языковое сознание людей»

[Назметдинова, Лебедева 2018, с. 82]. Основываясь на анализе медиаконтента, ученые отмечают, что он насыщен экспрессивной и оценочной лексикой, выполняющей как информативную, так и воздействующую функцию [Там же, с. 83].

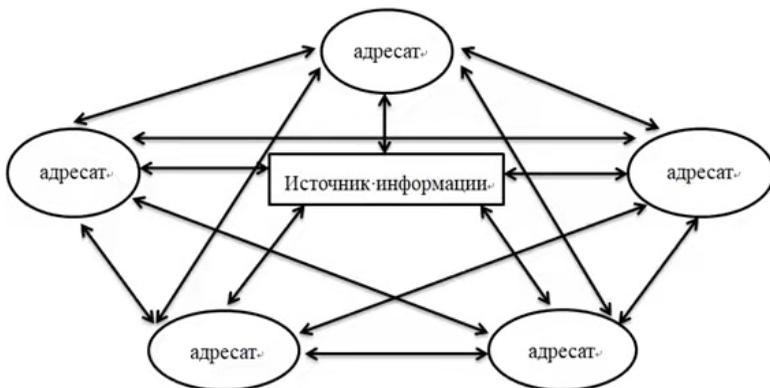


Рис. 9. Механизм коммуникации новых медиа

Наблюдения за различными видами медиатекстов показывают, что им также присущи разные языковые средства: эмоциональные и экспрессивные лексические единицы, языковая игра, ироническое повествование, метафоризация, словотворчество, диалогизация, свободное построение текста, выбор реальных фактов, использование эмоционально окрашенных грамматических форм, нейтральных слов, эмоциональных выражений, специальных синтаксических структур, различных метафорических слов, которые позволяют привлечь внимание и установить связь с большим количеством пользователей [Коньков 2004; Карякина 2010; Назметдинова, Лебедева 2018].

Таким образом, в результате изучения научной литературы можно сделать вывод, что «новые медиа» имеют различные определения и понимание на разных этапах развития цифровых технологий. Процесс расширения возможностей электронной коммуникации выглядит следующим образом: «...от электронных копий к электронным версиям, а от электронных версий к независимым интернет-изданиям. Блоги, LiveJournal, социальные сети, Twitter – это следующий этап» [Рогалева, Шкайдерова 2015, с. 223]. Приведённая цитата, как представляется, поясняет использование в научной литературе как синонимичных понятий «новые медиа», «интернет», «онлайн-медиа», «новые СМИ», «сетевые медиа», «социальные СМИ», «конвергентные СМИ», «мультимедийные СМИ».

При широком понимании *новых медиа* к ним относятся также «компьютерные игры, цифровые фильмы и фотографии, мобильная телефония и виртуальный мир» [Стинс, Ван Фухт 2008, с. 98]. Мы разделяем мнение исследователей о том, что содержание понятия «новые медиа» никогда не будет окончательным, потому что развитие открытых ресурсов является процессом, который не остановится.

В данном исследовании мы исходим из того, что 1) интернет является платформой, на которой реализуют свою деятельность и традиционные, и новые медиа, что 2) блог относится к новым медиа и 3) является единицей медиалингвистики.

1.2.1. Медиадискурс и медиатекст

История *медиалингвистики* в русском научном обороте восходит к диссертации Т.Г. Добросклонской (Теория и методы медиалингвистики. М.: МГУ, 2000). Представленная в указанной работе терминология имеет английский прототип *media linguistics*, который ввел британский ученый Джон Корнер [Corner 1998], однако в российских исследованиях он используется не в англоязычной традиции. С 2010-х гг. этот термин становится все более популярным в работах о русском языке [Шмелева 2015, с. 33]. Сайт «Медиалингвистика XXI века»¹, открытый Высшей школой журналистики и массовой коммуникации СПбГУ с целью развития медиалингвистики в России и славянских странах, является отражением активного развития российской медиалингвистики. Важную роль в демонстрации успехов нового научного направления играет раздел «Библиотека», в котором размещены научные труды по медиалингвистике.

Л.Р. Дускаева определяет *медиалингвистику* как «научное направление, активно развивающееся в современном отечественном языкознании на пересечении лингвистики и медиалогии» [Дускаева 2018, с. 49]. Она указывает, что объектом медиалингвистики является поток медиатекстов, а предметом – «осуществляемая в медиасреде речевая деятельность в аспекте эффективности» [Дускаева 2018, с. 61].

Как отмечает Т.Г. Добросклонская, медиалингвистика изучает функционирование языка в сфере массовой коммуникации. На данном этапе развития медиалингвистики

¹ Медиалингвистика XXI века. URL: <http://medialing.spbu.ru/index/> (дата обращения: 18.01.2022).

Т.Г. Добросклонской выделяются 7 основных аспектов: «1) определение внутрилингвистического статуса языка СМИ; 2) возможности функционально-стилевой дифференциации медиадискурса, классификация текстов по степени реализации в них основных функций языка и каналу распространения; 3) типология медиаречи, диапазон жанрово-видовой классификации текстов массовой информации, выделение основных типов текстов; 4) лингвостилистические особенности основных типов медиатекстов; 5) экстралингвистические составляющие медиадискурса; 6) лингвомедийные технологии воздействия на индивидуальное и массовое сознание; 7) сопоставительное изучение лингвомедийных практик различных стран» [Добросклонская 2020, с. 24–25]. В данном исследовании находят отражение аспекты, обозначенные номерами 2, 3, 5, 6.

М.Р. Желтухина, Т.В. Шмелева обращают внимание на широкое развитие терминологии с корнем *медиа*. Указывается, что «в складывающейся системе номинаций сегмент *медиа* выступает и как самостоятельная лексическая единица – несклоняемое существительное (*новые медиа*), и как компонент сложных слов – *масс-медиа*, *медиасистема* и под.» [Шмелева 2015, с. 33]. Высокая продуктивность этого образования, как отмечается в процитированной публикации, позволила лингвистам рассматривать его как «суффиксоид», сегмент *медиа* пережил усечение финали *-а* и служит вариантом корня в таких словах, как *медийный* и *медийщик* [Там же]. Всё чаще в научных исследованиях используются термины *медиаречь* и *медиажанры*; в ходе попыток рассмотреть внутреннюю организацию медиалингвистики возникли такие понятия, как *медийное речеведение*, *медийная*

персонология, медийная фактурология, медийная жанрология [Шмелева 2012, с. 57]. М.Р. Желтухина отмечает, что в разных сферах человеческой деятельности понятия *медиапространство, массовая культура, медиакультура, массовая коммуникация, медиакоммуникация, язык СМИ, массово-информационный дискурс, дискурс масс-медиа, масс-медийный дискурс, медийный дискурс, медиадискурс, средства массовой информации, средства массовой коммуникации, медиасредства* часто используются в качестве синонимов [Желтухина 2016, с. 293].

Для данного исследования важно подчеркнуть, что медиадискурс и медиатекст становятся основными единицами и ключевыми терминами медиалингвистики [Шмелева 2015; Нестерова 2015] и что различные синонимы термина *медиадискурс (дискурс масс-медиа, масс-медийный дискурс, массово-информационный дискурс)* обобщают научные сведения о дискурсе и средствах массовой коммуникации [Нестерова 2015, с. 18], подчеркивают его сложный и многогранный характер.

В самом общем виде Т.Г. Добросклонская определяет *медиадискурс* как «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская 2006, с. 21]. М.Р. Желтухина с точки зрения отражения характера медиакоммуникации дает определение данного понятия как «связный, вербальный или невербальный, устный или письменный текст в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой коммуникации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой

действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов» [Желтухина 2016, с. 293]. В монографии Н.Г. Нестеровой, выполненной в коммуникативно-прагматическом аспекте, отмечается, что *медиадискурс* «характеризуется выраженной институциональностью: он является результатом деятельности соответствующих социальных институтов, распространяющих посредством медиаканалов создаваемую ими информацию массовому, рассредоточенному в пространстве адресату» [Нестерова 2015, с. 16].

Т.Г. Добросклонская замечает, что «одним из ключевых положений медиалингвистики является взаимосвязь понятий *медиа́тeкст* и *медиа́дискурс*» [Добросклонская 2020, с. 108]. Медиа́тeкст является базовой единицей медиа́дискурса: «Массмедийный дискурс реализуется и существует только в виде конкретных медиа́тeкстов, объединённых на основе тех или иных объективных критериев» [Добросклонская 2015, с. 49].

Термин *медиа́тeкст* заимствован из английской научной литературы в 1990-х гг. В теорию российского медиа́тeкста внесли свой вклад В.Г. Костомаров, Д.Н. Шмелёв, А.Н. Васильева, И.П. Лысакова, Б.В. Кривенко, Ю.В. Рождественский, Т.Г. Добросклонская и др.

Медиа́тeкст чаще всего используется для обозначения текстов массовой коммуникации, которые охватывают параллельные, взаимозаменяемые или пересекающиеся феномены: *массово-коммуникативный текст, масс-медийный текст, журналистский текст, публицистический текст, газетный текст, телетекст, рекламный текст, PR-текст, интернет-текст* и т.д. [Казак 2012, с. 30]. По мнению

ученого, *медиа́текст* – это «интегративный многоуровневый знак, объединяющий в единое коммуникативное целое разные семиотические коды (вербальные, невербальные, медийные) и демонстрирующий принципиальную открытость текста на содержательно-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях» [Казак 2012, с. 32].

Многие зарубежные и русские исследователи подчёркивают, что понятие *медиа́текст* основано на органичном сочетании вербального и медийного ряда, т.е. включает музыку, звуковые эффекты, визуальные компоненты и т.д. Т.Г. Добросклонская с позиций медиалингвистики определяет *медиа́текст* как «актуализированное в определённом медиаформате и объединённое общим смыслом последовательное сочетание знаковых единиц вербального и медийного уровней» [Добросклонская 2020, с. 30]. М.Ю. Казак отмечает, что основными признаками медиатекстов являются медийность, массовость, интегративность, или поликодовость, и открытость текста [Казак 2012, с. 32].

Указанные признаки подробно описаны специалистами, реализующими себя в области медиалингвистики, следующим образом.

Медийность. Медиатексты детерминированы каналами коммуникации. Они сочетают «медийный и вербальный текст, в нем соединяются сложная природа языка (материала творчества), личностные языковые вкусы и пристрастия творца, интересы и возможности печатного издания, телевизионного канала, радиостанции» [Чернышова 2008, с. 237].

Массовость. Специфика массовой коммуникации заключается в том, что она социально ориентирована.

Интегративность (поликодовость). Различные семиотические коды объединяются в единое коммуникативное целое.

Открытость. По мнению исследователей, медиатексты представляют собой «совокупность фраз бесконечных гипертекстов, где все является ссылкой друг на друга и бесконечным цитированием» [Артамонова, Кузнецов 2008, с. 110].

Г.С. Мельник обобщает различные аспекты бытования и реализации медиатекста. Например, «функциональный аспект предполагает рассмотрение медиатекста как продукта речевой деятельности и как результат взаимодействия плана выражения и плана содержания (стиль)» [Мельник 2012, с. 27]. В прагматическом аспекте изучается коммуникативное намерение, коммуникативные установки и адресность медиатекстов. Многие исследования сфокусированы на описании модели коммуникативного акта: автор – текст – адресат, изучают медиатекст как продукт деятельности автора и объект деятельности читателя. В теории, centered на тексте, подробно рассматриваются текстовая личность и способы, с помощью которых носители медиаязыка передают тексты. Исследователь также указывает, что изучение технологий, влияющих на медиатексты, сегодня является популярным. Отмечается, что исследователи экспериментируют с различными методами анализа медиатекстов, используя, например, лингвистический, стилистический, нарративный, семиотический, контекстуальный, дискурсивный методы [Мельник 2012, с. 27–28].

Взаимосвязь между текстом, медиатекстом и медиадискурсом исследует Т.Г. Добросклонская на основе модели, которая учитывает все основные компоненты коммуникации. Она определяет, что «текст – это сообщение, медиатекст –

это сообщение плюс канал, а медиадискурс – это сообщение в совокупности со всеми прочими компонентами коммуникации» [Добросклонская 2020, с. 112].

Таким образом, медиадискурс позволяет получить более полное представление о речевой деятельности в сфере массовой коммуникации, поскольку он включает в себя не только сообщения и каналы, но и многие экстралингвистические факторы [Там же, с. 113]. В рамках медиалингвистики всестороннее и целостное изучение медиадискурса и медиатекста представляется возможным лишь при условии изучения разновидностей, которые его представляют [Нестерова 2015, с. 20]. Одними из таких разновидностей являются дискурс блогов и их тексты.

1.2.2. Блогосфера в системе новых коммуникаций

«Блогосфера» (от англ. *blogosphere*) – термин, обозначающий совокупность всех блогов. Она является важным сегментом интернет-коммуникации, представляет собой «комплекс специальных сайтов, позволяющих пользователям вести интернет-дневники с открытым доступом для других пользователей» [Йылмаз 2018, с. 363]. М.О. Кочеткова рассматривает данное понятие как «особый дискурс в структуре интернет-коммуникации, объединяющий множество отдельных блогов в единое сообщество» [Кочеткова 2016а, с. 44].

В настоящее время нет четкого ответа на вопрос, кто создал первый блог или кто впервые использовал термин «блог». Согласно данным газеты *Washington Profile*, первым блогом стала веб-страница Тима Бернерса-Ли (Tim Berners-

Lee, Великобритания), где он начал публиковать новости в 1992 г. [Церюльник 2018]. В августе 1999 г. компьютерная компания Puga Labs из Сан-Франциско запустила Blogger.com, который являлся первой бесплатной блогговой службой [Лебедева 2021, с. 59]. Т.О. Максимова замечает, что электронные жанры (синонимичные варианты: цифровые, сетевые или интернет-жанры) в целом и блоги в частности являются относительно «новым явлением в культуре», возникшим в конце 1990-х гг. Исследования блогов как культурного и социологического феномена начались в середине 2000-х гг. [Максимова 2017, с. 125]. А.Ю. Церюльник дополняет, что изначально блоги «представляли собой только списки ссылок, однако позже стали формировать вокруг себя сообщество, объединяя людей для общения при помощи комментариев» [Церюльник 2018].

Анализ многих научных работ, посвящённых блогам, показал, что в настоящее время нет единого определения блога. Многие исследователи квалифицируют блоги как электронные дневники. Так, например, в словаре-справочнике «Медиалингвистика в терминах и понятиях», изданном под редакцией Л.Р. Дускаевой, даётся следующая дефиниция: «Блог (от англ. blog, от web log – сетевой журнал или дневник событий) – это персональный сайт или страница, где автор размещает свои записи или посты, которые представляют собой текст и / или изображение, мультимедиа» [Кулажко 2018, с. 372]. Другие исследователи определяют блоги как «инструмент общения и формирования сетевых сообществ, а также площадку осуществления коммуникаций с целевой аудиторией» [Иванько, Иванько, Гомзелева 2017, с. 51]. Е.А. Баженова, И.А. Иванова отмечают, что блог

может рассматриваться в широком и в узком понимании. В широком смысле блог не сводится к личному дневнику: авторами могут быть коллективы, которые создают блоги, посвящённые одной теме. Он понимается как «сайт (или раздел сайта), содержащий датированные записи текстового и мультимедийного характера, расположенные в обратном хронологическом порядке и открытые для чтения и комментирования» [Баженова, Иванова 2012, с. 125]. В узком понимании блог является сайтом или разделом сайта, «содержащим датированные записи одного автора, посвященные преимущественно бытовой тематике» [Там же, с. 127].

В научной литературе встречается утверждение, что предшественником блога является традиционный дневник. Т. Н. Колокольцева, исследуя различия между этими жанрами, пишет о том, что традиционный рукописный дневник создается «для себя», а не для публичного чтения. Он замыкается в поле «автокоммуникации», по словам ученого, это означает, что адресант и адресат – одно и то же лицо [Колокольцева 2021, с. 200]. Блог как отражение мыслей автора или группы авторов «рассчитан на публичное, или массовое, прочтение и реакцию, то есть изначально относится к сфере массовой коммуникации» [Там же]. Кроме того, традиционный рукописный дневник обычно представляет собой однокодовое произведение, информация передается с помощью графических символов. Блог – это произведение поликодового характера, при передаче информации которого используются семиотически разнородные средства вербального и невербального характера [Там же]. С другой стороны, у традиционного дневника и блога много общего: «хронологический порядок сообщений, правдивость и неизменность

записей» [Балакина 2012, с. 100]. Если традиционный дневник пишется для самого себя, то блог – это открытая запись для широкой публики. Вести блог можно без напыщенности и красивого языка. Для большинства блогеров предпосылка блога должна быть правдива, если блог представляет собой запись личного опыта. Однако существует множество блогов, посредством которых предприниматели стремятся привлечь новых клиентов, в таких блогах избираются PR-стратегии.

По замечанию Т. Н. Колокольцевой, «блогом может быть все, что угодно, – сайт, канал на YouTube, канал в Telegram, инстаграм-страничка, публичная страница ВКонтакте и подобное. Это ресурсы, где интернет-пользователи делятся своими впечатлениями, мнениями, публикуют интересные фотографии, видео, музыку, обычные статьи и другой контент» [Колокольцева 2021, с. 200]. Чаще всего блоги доступны всем, кто посещает интернет; относительно опубликованных текстов читатели свободно представляют своё мнение в комментариях.

В некоторых научных исследованиях блог рассматривается как «гибридный жанр» [Казнова 2011], «новый тип текста» [Балакина 2012], «новый тип дискурса» [Гермашева 2011], «вид интернет-коммуникации» [Горшкова 2013], «сложный мультимедийный текст» [Вязигина 2019], «жанр интернет-коммуникации» [Черкасова 2012; Мельник 2012; Кочеткова 2016; Максимова 2017], «текст интернета» [Булдакова 2014], «интернет-жанр» [Баженова, Иванова 2012; Бондарькова 2014; Пилюгина 2021]. Авторы научных работ учитывают временные, текстовые и технические характеристики блогов,

описывая их как определенный коммуникативный формат или жанр [Горошко, Саенко 2007].

В данном исследовании блог рассматривается как новый вид медиатекста, в котором сочетаются вербальная и медийная составляющие, т.е. включаются вербальные тексты, визуальные и звуковые компоненты. Блог ведется одним человеком или группой людей с целью поделиться личным опытом и опубликовать информацию, носит личный характер. Посредством комментариев к блогу реализуется общение между читателями и авторами.

Основной задачей блогов становится передача информации от автора к адресату. Большинство блогов отражает личностный аспект, поэтому И.Л. Шарапова обращает внимание на то, что блог является уникальным каналом общения: многие блогеры ведут блоги для общения с интересными им людьми и расширения круга коммуникации [Шарапова 2014, с. 167].

Блоги выполняют разные функции. В работе В.Л. Волохонского представлены результаты опроса блогеров «Живого Журнала» в 2005 г., выделяются различные функции блогов. Рассмотрим их:

1. Коммуникативная функция. Эта функция чаще всего упоминается в коммуникативно-ориентированных исследованиях, в которых акцент делается на том, что многие пользователи интернета пишут блог или комментарий к блогу ради возможности пообщаться друг с другом. Как следствие, в блогосфере важным аспектом являются взаимоотношения адресата и адресанта.

2. Функция самопрезентации. Блогеры публикуют свои мнения, мысли, идеи посредством регулярного обновления блога, тем самым выражая себя в интернете.

3. Функция развлечения. Блоги представляют собой источник развлекательного чтения.

4. Функция сплочения и удержания социальных связей. В сообществе блогеров пользователи могут найти людей, с которыми знакомы или с которыми они имеют одинаковые интересы, в том числе деловые: «Благодаря особенности отложенной многопользовательской коммуникации некоторые из респондентов используют блоги с нетрадиционной целью – для организации взаимодействия рабочей группы, обсуждения рабочих вопросов и т.п., так как для многих задач подобный способ оказывается более удобным, чем электронная почта, службы мгновенных сообщений и т.п.» [Волохонский 2006, с. 126].

5. Функция создания мемуаров. Интернет-блоги – это место для сохранения записей о жизни блогеров.

6. Функция саморазвития или рефлексии связана с тем, что блог предоставляет возможность авторам создать образ иного «Я», возможно, такого, к которому автор стремится.

Опираясь на концепцию Л.Ю. Щипициной [Щипицына 2009], Е.А. Баженова, И.А. Иванова анализируют феномен блога с точки зрения интернет-жанра через медийные, прагматические, структурно-семантические и стилистико-языковые параметры [Баженова, Иванова 2012, с. 127]. В исследованиях авторов выделяются в качестве основных следующие медийные параметры, актуальные для характеристики блога:

1. Интерфейс жанра. По мнению Л.Ю. Щипициной, данный параметр, связанный с оформлением блога, относится к числу важнейших, так как он позволяет выделить интернет-жанр блога в ряду других интернет-жанров [Щипицына 2009,

с. 30]. Как показывает анализ Е.А. Баженовой, И.А. Ивановой, оформление блога вариативно, это объясняется особенностями блоггового сервиса [Баженова, Иванова 2012, с. 127]. При этом авторы выделяют следующие элементы, которые для любого блога являются обязательными. 1) Профиль пользователя. На данной странице обычно представлены имя и фамилия блогера, пол, возраст, место нахождения, интересы и т.д. 2) Лента записей. Это основная страница блога, где записи расположены в обратном хронологическом порядке. 3) Отдельная страница блогговой записи. Каждый блог можно открыть на отдельной странице. Здесь представлены полная версия записей и комментарии к ней. 4) «Лента друзей» – лента записей блога, прочитанных автором [Там же, с. 127–128]. Следует отметить, что с развитием современных технологий появилось множество новых блогговых платформ и сайтов. Например, блоги, выбранные для данной работы, размещаются на «Яндекс.Дзен», которые имеют инновационный дизайн. В дополнение к тому, что отмечалось выше, заметим, что блогеры часто размещают на главной странице ленты записей свои фотографии, это способствует установлению близости с читателем. Каждую блогговую запись сопровождают «лайк», «дизлайк», значок количества комментариев и ссылка на репост для демонстрации популярности блога.

2. Мультимедийность. Этот параметр акцентирует внимание на том, что в блогах представлены не только вербальные тексты, но также сопровождающие их видео, картинки, фотографии и др.

3. Гипертекстуальность. Указанный параметр позволяет охарактеризовать блог как гипертекст, представленный совокупностью элементов (в их числе профиль автора, лента

записей, лента друзей и др.), соединённых гиперссылками. О.С. Худякова подчеркивает: «каждый создатель гипертекста блогосферы – автор блога или читатель, пишущий комментарий к заметке, одновременно является и языковой личностью, и точкой фокуса пространства национального языка и социокультурных ценностей той среды, которой они принадлежат в определенный момент времени» [Худякова 2016, с. 120]. Она также замечает, что взаимодействие в гиперсреде блогов характеризуется «когнитивно-коммуникативной синергетикой», потому что в нее включаются и тексты блогов, и знания об окружающем мире, и мнения, и ценностные субъективные установки коммуникантов [Там же].

4. Интерактивность. Рассмотрение блога с точки зрения интерактивности обеспечивает возможность оценивать характер взаимодействия участников блог-коммуникации не только на основе авторских текстов, но и комментариев читателей к ним. А.В. Хитров указывает, что «автора, пишущего в сетевом дневнике, интересует отклик, который он может получить от удаленного... собеседника. Его интересует отклик не только знакомых, но и другого, неизвестного сознания. Сетевая личность не возможна без другой сетевой личности. Автор сетевого дневника обращается к себе, к Другому и к себе как Другому» [Хитров 2007, с. 66].

5. Синхронность / асинхронность коммуникации. Взгляд на блог-коммуникацию через призму синхронности / асинхронности обращает внимание на то, что создание текстов блогером и вербальная реакция адресата не ограничены временными рамками.

6. Количество и эксплицированность коммуникантов. «Для блога наиболее характерно общение одного со всеми

(автор отвечает на комментарии к собственной записи) и каждого с каждым (пользователи общаются в комментариях к какой-либо записи)» [Баженова, Иванова 2012, с. 129].

К **прагматическим** параметрам относятся адресанты, адресаты и коммуникативные цели. Адресантами являются авторы блогов, они могут быть представителями разных классов общества. Адресаты разделяются на адресата реального (друзья или подписчики блогеров) и потенциального (все пользователи интернета). Коммуникативные цели блога разнообразны. Американские исследователи на примере некоторых из них отмечают, что блог – это проявление множества социальных мотивов, а записи блогов сообщают другим конкретные коммуникативные цели: 1) информирование других о своей деятельности и местонахождении; 2) выражение мнения, чтобы влиять на других; 3) получение комментариев и советов от других людей; 4) конструирование своих идей, выражение их в словах (англ.: «think by writing»); 5) снятие эмоционального напряжения [Nardi, Schiano, Gumbrecht 2004, p. 225]. Развернутое описание образа автора и адресата представлено в параграфе 1.2.3.

Структурно-семантические параметры блога. Е.А. Баженова и И.А. Иванова цитируют тезис Л.Ю. Щипициной о том, что в структуре интернет-жанра присутствует «вертикальное» и «горизонтальное» строение [Баженова, Иванова 2012, с. 130]: «Вертикальное» строение образуют «отдельные записи, расположенные в обратном хронологическом порядке, объединенные заголовком, подзаголовком, системой тегов и рубрик, а также полные тексты записей во взаимодействии с текстами комментариев» [Там же]. Обращаясь к «горизонтальной» структуре, ученые отмечают, что

«блог в целом может быть как политематичным (таковых большинство), так и монотематичным» [Баженова, Иванова 2012, с. 130].

Стилистико-языковые параметры блога. На наш взгляд, для изучения блога по этому параметру следует рассматривать блог как текст. Например, Ю.В. Балакина, исследуя блог как новый тип текста, обращает внимание на характер языкового формата блога в интернете, который обусловлен следующими чертами: «разговорный стиль; использование лексики сниженного регистра и табуированной лексики; использование междометий, восклицаний и частиц для создания эффекта эмоциональной окрашенности текста; значительное число англицизмов; эллиптические конструкции, игнорирование пунктуационных знаков; различные варианты сокращений для оптимизации письма (эллиптические конструкции, ассимиляция, акронимы)» [Балакина 2012, с. 101].

Ученый обращает внимание на то, что тексты блогов содержат как письменные, так и устные характеристики. Блогеры часто используют разные средства для выражения эмоций, например «графо-стилистические средства», самыми распространенными являются смайлы, эмодзи, междометия и восклицания [Там же].

Как утверждают исследователи, блоги отражают изменения в современном языке, однако исследования, посвященные анализу особенностей языковых и социокультурных составляющих, в русскоязычных блогах немногочисленны. В работе О.С. Худяковой анализируется частота использования различных когнитивных механизмов и средств пополнения лексического состава языка в блогах. Ученый делает

вывод о том, что наиболее распространенными являются неологизмы, эрративы, метафора и метонимия и отмечает, что «используемые средства в большинстве случаев обладают яркими эмоционально-экспрессивными коннотациями, связанными, в первую очередь, с выражением авторского отношения к предмету или понятию, а также с ориентирующей функцией в ситуации взаимодействия, с формированием у ориентируемого аналогичного отношения к предмету» [Худякова 2011, с. 67].

Е.И. Горшкова отмечает, что в процессе коммуникации авторы частных и групповых блогов используют следующие коммуникативные стратегии: «информативную, модально-оценочную, регулятивную и метакоммуникативную, которые реализуются в блогах посредством разнообразных тактик» [Горшкова 2013, с. 5]. Выбор той или иной стратегии зависит от статуса и цели блогеров. Они могут быть специалистами, профессионалами в какой-то определенной сфере или любителями, которые ведут свой блог для удовольствия. Профессионалы чаще всего используют информативную стратегию, а любители – модально-оценочную. Автор делает вывод о том, что с точки зрения лингвистики для профессиональных блогов характерно нормативное использование языковых средств, а в непрофессиональных часто встречаются субъективно-оценочные, эмоциональные, ненормативные языковые и графические средства [Там же, с. 6].

В лингвистическом аспекте Т.Н. Колокольцева изучает блоги на платформе «Яндекс.Дзен», которые представляют собой структурно-семантическое единство поста и связанного с ним комментария, и указывает, что «в языковом

отношении тексты всех проанализированных постов – это произведения монологического характера или диалогизированные монологи, в целом соответствующие нормам кодифицированного литературного языка» [Колокольцева 2021, с. 202]. В исследовании подчеркивается, что тональность постов в большинстве случаев нейтральная (например, текст поста, размещенного на «Яндекс.Дзен» профессиональным журналистом), реже – разговорная (создается за счет лексических элементов сниженного характера) [Там же, с. 202–203]. Н.Н. Казнова обращает внимание на то, что «выбор лингвистических средств полностью зависит от пользователя, от его интенций, уровня образованности и культурности, а также от креативности его мышления» [Казнова 2010, с. 47].

Популярность блогосферы привела к появлению множества типов блогов, однако в настоящее время не существует единой, общепризнанной типологии. Исследователи предлагают различные классификации, основанные на жанре, технике или других критериях. Так, в работе Н.А. Ануфриевой предпринята попытка на основании широкого обзора источников представить разные классификации блогов [Ануфриева 2016].

По типу интернет-платформ блоги разделяют на 1) блоги на бесплатных платформах и 2) блоги на платных платформах [Там же, с. 81]. Данный экстралингвистический фактор актуален при характеристике участников блог-коммуникации: на платформах первого типа (например, «Живой Журнал», «Яндекс.Дзен», «YouTube», «Blogger» и др.) легче создать блоги и привлечь читателей.

Платформы второго типа требуют оплаты как от читателей, так и от авторов. Обычно их создают профессиональные блогеры, у которых уже есть аудитория, или компании, творческие личности / коллективы для продвижения своего бизнеса в интернете. Например, международная площадка «Medium.com» бесплатна для авторов, читатели могут, заплатив, получить возможность ознакомиться с эксклюзивным контентом, выходящим за рамки того, что уже доступно в открытом доступе. В качестве примера приводится платформа «Эгея», которая используется для коммерческих блогов.

По особенностям контента: 1) контентные блоги – в них публикуется первичный авторский контент; 2) мониторинговые – блоги, основным содержанием которых является комментирование ссылок на другие сайты; 3) цитатные – блоги, содержание которых основано на цитировании других блогов; 4) тамблелогии – этот тип блога имеет записи только в одном формате (только видео, только фото, только цитаты и т.д.); 5) спам-блоги – блог, созданный для продвижения чего-либо (бизнеса, отдельной персоны и т.п.) [Ануфриева 2016, с. 82].

Е.И. Горошко, учитывая **структурные характеристики и цели создания блогов**, разделяет их на: 1) фильтры, которые представляют собой «определенные текстовые записи в формате комментариев, снабженные внешним гиперссылочным аппаратом (т.е. гиперссылками, ведущими на внешние, другие сайты Сети) [Горошко 2007, с. 54]; 2) личные дневники, в которых содержится личная информация блогеров; 3) записные книги, содержащие «как внешнюю, так и личную информацию о её владельце (как бы для внутреннего пользования)» [Там же]. Н.А. Ануфриева предлагает свою

классификацию блогов **по цели создания**: 1) тематические: блоги посвящены только одной теме; 2) общетематические: блогер не стремится освещать только одну тему, а публикует все материалы, которые его интересуют [Ануфриева 2016, с. 82]. И.Н. Шамаев, приводя аналогичную точку зрения, указывает, что **тематическая направленность** является важным типоформирующим фактором блогов. По этому признаку автор разделяет монотематические и политематические блоги [Шамаев 2013, с. 124]; при этом в публикации подчеркивается, что такое разделение довольно условно, так как блог чаще освещает события разной направленности [Там же].

Н.А. Ануфриева отмечает, что при более детальном разделении тем блоги могут представить более подробный список, например: а) бьюти-блог – о красоте и моде; б) тревел-блог – о путешествиях; в) гейм-блог – об играх и игроках; г) новостной блог – основным контентом являются новости; д) спортивный блог – о спорте, спорттоварах; е) блог об искусстве – о литературе, о живописи, о скульптуре, о фотографии, о музыке, о кино и об искусстве вообще; ж) блог о быте – к этой группе обычно относятся блоги о психологии отношений, детях, домашней работе и т.д.; з) блог об образовании – это могут быть блоги отдельных учебных заведений или личные блоги, в которых блогеры обсуждают учебный процесс, проблемы образования, делятся учебными материалами и т.д.; и) блог для автомобилистов – о ремонте автомобилей, новинках, тест-драйвах и краш-тестах машин; к) блог о технике – основной контент состоит из обзоров новейших гаджетов, компьютерных программ и отчетов; л) аналитический блог – обычно такой блог ведется журналистами,

политиками и специалистами из разных узких сфер [Ануфриева 2016, с. 83–84].

Блоги об искусстве тоже занимают своё место в блогосфере. Исследователями отмечается, что они оказывают большое влияние на формирование культурных интересов и носят просветительский характер. По наблюдениям В.М. Костевой и Ю. Лю, интерес исследователей блогов культурной направленности сфокусирован на изучении блогов конкретных видов искусства [Костева, Лю 2021, с. 240]. Авторы, изучающие китайские и русскоязычные блоги культурной направленности, заявляют, что в китайской блогосфере особое место занимают блоги, посвященные русской литературе, музыке, театру, и приходят к выводу, что «понимание и восприятие китайцами русской культуры сегодня не сильно отличается от того, что было несколько десятилетий назад» [Там же]. Представленное исследование является подтверждением актуальности изучения блогов о китайском искусстве в русскоязычной блогосфере и, в соответствии с нашей гипотезой, в контексте проблемы медиаобраза Китая.

В научной литературе имеют место и другие критерии классификации блогов. М.К. Санин и Е.И. Барков, например, **по количеству людей**, публикующих сообщения в блоге, выделяют авторские, коллективные и корпоративные блоги [Санин, Барков 2016, с. 109]. Следуя данному принципу классификации, Е.И. Горшкова разделяет блоги на частные (один автор) и групповые (больше одного автора) [Горшкова 2013, с. 5]. Такой же тезис приводит в своей работе И.Н. Шамаев, дифференцируя блоги на авторские (один автор определяет содержание) и коллективные (создаются

несколькими соавторами) [Шамаев 2013, с. 123]. Исследователи Н.Г. Комиссарова, Н.В. Макарова, также поддерживая данное утверждение, отмечают, что групповые блоги чаще всего ведутся специалистами одной или смежных предметных областей. Такой тип блога имеет объединяющую идею и ориентирован на определенный круг читателей. Частный (личный) блог часто является средством самовыражения, принадлежащим отдельному человеку, на этом основании авторы считают возможным назвать его «личным дневником» [Комиссарова, Макарова 2020, с. 36].

Н.А. Ануфриева предлагает классификацию **по типу блогера**: 1) личные блоги, которые ведутся одним блогером; 2) «призрачные» – тексты этих блогов написаны неизвестным лицом, который пишет под псевдонимом или от имени другого лица [Ануфриева 2016, с. 81] (авторство в таких блогах определить практически невозможно); 3) коллективные – ведутся группой людей; 4) корпоративные – пишутся сотрудниками какой-либо организации. Автор также отмечает, что **по правовому статусу** блоги подразделяются на: 1) личные – блоги физических лиц; 2) групповые (корпоративные, блоги общественной или государственной организации) – блоги, которые ведутся юридическими лицами для реализации коммерческих целей и т.д.; 3) правительственные – блоги правительственных институтов, созданные для взаимодействия с гражданами [Там же].

В научной литературе имеется классификация **по характеру мультимедиа**. М.К. Санин и Е.И. Барков выделяют: 1) текстовые блоги – главным способом передачи информации служит текст; 2) видеоблоги – блогер передает информацию через видеозаписи; 3) музыкальные блоги –

включают музыкальные видео- и аудиофайлы; 4) подкасты – это картинки со звуком или просто звуковые файлы; 5) арт-блоги – предметом обсуждения являются картины и рисунки; 6) фотоблоги – главной частью контента являются фотографии, публикуемые автором; 7) микроблоги – их основу составляют короткие сообщения и заметки с возможностью комментирования [Санин, Барков 2016, с. 109].

Блоги, на материале которых проведено настоящее исследование, содержат и тексты, и изображения, причем некоторые блогеры размещают тексты после видео или музыкальные аудио, описывая изображение.

А.С. Андреев и Е.Е. Карпович считают, что блоги делятся на следующие основные типы: блог, который ведётся одним лицом, называется *личным блогом (персональным, авторским, частным)*; блог, который ведет группа людей по правилам владельца или модератора, – это *коллективный*, или *социальный* блог; блог сотрудников одной организации – *корпоративный* блог; *рекламный блог*, или *пиар-блог*, представляет собой организованное мероприятие с целью рекламы или продвижения продукта в сети Интернет какой-либо компанией, частным лицом или группой людей [Андреев, Карпович 2011, с. 546].

Обобщая приведённые в обзоре концепции, акцентируем внимание на том, что значительная часть критериев, на которых основаны данные классификации, не отражает лингвистические характеристики текстового материала, при этом для рассмотрения блога как феномена новых медиа систематизация блогов по разным параметрам может быть значимой.

Подводя итог сказанному, подчеркнём, что благодаря всестороннему развитию и доступности информационных технологий появилось новое коммуникационное пространство: большая часть общения осуществляется сегодня в интернете, благодаря которому люди взаимодействуют друг с другом и с социальными институтами. Блоги – не только новое средство коммуникации, но и новый интернет-жанр, текст нового типа, новый способ выражения личного и общественного мнения в современном мире. В настоящее время различные типы блогов активно становятся объектом междисциплинарного изучения, однако блог как объект лингвистического изучения рассмотрен пока недостаточно.

Охарактеризуем блоги, отобранные для данного исследования, с учётом критериев, представленных в приведённых выше классификациях.

По количеству авторов. Исследуются личные и групповые блоги. Блоги на платформах «Живого Журнала» и «Яндекс.Дзен» чаще ведутся одним автором, выражают субъективные мнения, чувства и оценки блогеров. Автором блогов, которые размещаются на сайте интернет-издания «Магазета», обычно является редакция, т.е. целевой аудитории предлагаются идеи коллективного автора.

По характеристике авторов. В данной работе рассматриваются блоги об искусстве Китая как тексты новых медиа, написанные в основном блогерами-непрофессионалами.

По тематике. Изучаемые блоги посвящены традиционному и современному китайскому искусству.

По характеристике медиаресурсов. Исследуемые блоги являются поликодовыми: в них представлены как вербальные тексты, так и невербальные компоненты. Настоящее

исследование направлено на изучение языковых средств создания медиаобраза Китая, используемых блогерами при описании китайского искусства. В случае когда вербальные тексты сопровождаются невербальными компонентами, устанавливаются их связь и цель использования.

По признаку обратной связи. Рассмотренные блоги предполагают и реализуют обратную связь с адресатом.

Тексты русскоязычных блогов о китайском искусстве, избранные в качестве материала для анализа в данной работе, являются актуальным и репрезентативным источником изучения медиаобраза Китая. Они отражают представления российских авторов о чужой стране, раскрывают особую грань медиаобраза Китая, связанную с его уникальной историей и культурой, традициями и мышлением народа. Текстовый анализ представлен во второй главе.

1.2.3. Образ автора и адресата в блог-коммуникации

Коммуникативно-прагматический аспект выдвигает в число важнейших вопросы, связанные с автором и адресатом.

Образ автора. Понятие «образ автора» изучается в науке с разных точек зрения. Образ автора в художественном тексте В.В. Виноградов определял как «образ, складывающийся или созданный из основных черт творчества поэта. Он воплощает в себе и отражает в себе иногда также и элементы художественно преобразованной его биографии» [Виноградов 1971, с. 113]. О.Н. Копытов отмечает, что «образ автора» представляет собой явление прежде всего художественного текста, при этом существует также понятие «образ автора в публицистике» [Копытов 2010, с. 11]. Данное понятие

используется для изучения разных типов интернет-коммуникации, в том числе блога [Пешкова 2018, с. 177].

Проблему «образа автора» в блогосфере изучают такие исследователи, как Е.А. Землякова, Н.С. Болотнова, Н.С. Козлова, М.О. Кочеткова, О.А. Пешкова и др. Отметим, что некоторые ученые, исследуя блог как речевой жанр, анализируют особенности и характеристики авторов данного жанра интернет-коммуникации. Как отмечает М.О. Кочеткова, тип блогера в жанровом аспекте выражается в специфике «образа автора» как одним из параметров жанровой модели, который создается Т.В. Шмелевой [Кочеткова 2016б, с. 17]. Н.С. Болотнова с опорой на модель речевого жанра Т.В. Шмелевой описывает «образ автора» в блогосфере: «Образ автора в блоге многолик. Автором может быть не только реальная личность, но и маска, если целью блога является дезинформация или маскировка. Средствами выражения автора как реальной личности обычно являются: имя, фамилия, указание на профессию и социальный статус» [Болотнова 2011, с. 211]. В процитированной публикации также указывается, что образ автора блога выражается на языковом уровне, например, в стиле, в выборке тематики, в эмоционально-оценочной тональности и др. [Там же].

Как упоминалось выше, в данном исследовании блоги рассматриваются как тексты новых медиа, их адресанты считаются авторами блогов – блогерами, а адресаты – потенциальными и реальными читателями блогов.

В проанализированном материале блогеры делятся на анонимных – пишущих без объявления своего настоящего имени, использующих никнейм (от англ. *nickname* – ‘прозвище, кличка’), например, *srshadow*, *yartsevama*, *its rainy*

now и др., и конкретных лиц, когда текст подписан настоящим именем автора. В исследованных текстах русскоязычных блогов об искусстве выявлены следующие типы адресанта текста:

1. Редакция интернет-издания «Магазета». Это средство массовой коммуникации, которое функционирует в формате коллективного блога о Китае. В данном издании работают пять редакторов, которые редактируют материалы, принимают тексты и сами являются авторами. Целью «Магазеты» является удовлетворение запросов адресата, который интересуется Китаем, представление полезной и нужной информации, в том числе в сфере культуры и языка данной страны. *Александр Мальцев* – главный редактор, китаист, автор многочисленных интернет-проектов о Китае и китайском языке; *Полина Струкова* – редактор, китаист, методист, преподаватель, переводчик, автор академических статей и других материалов о Китае; *Ольга Мерёкина* – редактор, востоковед, изучающий современное китайское искусство; *Анастасия Потиевская* – редактор, китаист, любитель китайской культуры и искусства; *Алена Овсянникова* – редактор, китаист.

2. Русские путешественники, побывавшие в Китае, описывают факты о китайском искусстве, свои наблюдения и мнения. Например, *Светлана Бусинка*. «*Китайская вышивка – вышитые картины, стили, искусство!*»¹; *Валерий Шанин*. «*Путь чая – 32. Настоящая китайская опера*»².

¹ Текст блога «Китайская вышивка – вышитые картины, стили, искусство!». URL: <https://businka-bussi.livejournal.com/18641.html> (дата обращения: 08.11.2021).

² Текст блога «Путь чая – 32. Настоящая китайская опера». URL: <https://valeryshanin.livejournal.com/800193.html> (дата обращения: 08.11.2021).

3. Профессионалы. Коллективный портрет данного типа авторов можно представить так: востоковеды-китаисты, ученые и другие профессионалы, размещающие публикации по вопросам китайской культуры и искусства: *Валентина Асмолова* (методист по тайцзицюан, постоянный представитель московского Центра реабилитации, здоровья и красоты Международного клуба «Великая стена»). *«Дракон и феникс на московских просторах»*; *Ольга Панова* (преподаватель китайского языка и истории китайского искусства в Институте Конфуция РГГУ). *«Рождение Национального театра пекинской оперы»*.

4. Любители китайского искусства. Авторы данного типа не являются профессионалами, они могут быть как студентами, учащимися, так и людьми старшего поколения, которые интересуются культурой КНР, делятся в блогах собственными опытом, впечатлениями, чувствами. *Анна Красная* (студентка курса «Летняя школа китайской традиционной драмы»). *«Как иностранцы обучались пекинской опере»*.

Некоторые авторы размещают публикации под никнеймами: *ta_marina* (любитель китайской живописи). *«Китайская живопись»*; *The World Study* (путешественник, любитель культуры Азии). *«Современное китайское искусство»*; *Китайский Городовой* (блогер, интересующийся Китаем). *«Современное китайское искусство – какое оно?»*.

5. Сообщество китайской культуры; творческая студия: *baimao_ru* (клуб китайской культуры, интернет-магазин художественных товаров для китайской и японской каллиграфии и живописи). *«История китайской каллиграфии»*; *«Стили и жанры китайской живописи»*. Автор текстов предоставляет читателю подробное описание истории,

стилей и особенностей китайской живописи и каллиграфии, тексты носят рекламный характер, стимулируя интерес читателя к данным видам искусства, что обеспечивает покупку продукции на сайте. *Творческая студия TAIR* (повествует о декупаже, декоре и точечной росписи, а также других техниках рукоделия). *«Каллиграфия. История, особенности, стили»*. Приведенный текст блога знакомит с историей каллиграфии, особенностями каллиграфии в разных странах и носит просветительский характер. Анализируя другие записи блогов данного блогера, студия стремится поделиться информацией о ремесленниках, их удивительных техниках декорирования и уникальных поделках для продвижения интернет-магазина.

Типы авторов блогов, как отмечалось выше, могут квалифицироваться как индивидуальный или коллективный (текст написан редакцией), анонимный или конкретное лицо. Отметим, что блоги, которые размещены в издании «Магазета», подписаны именами авторов, указаны их статус и профессия. Большинство публикаций на блог-платформах «Живой Журнал» и «Яндекс.Дзен» подписаны никнеймами. Анализ показал, что большая часть блогеров – непрофессионалы, это любители азиатской / китайской культуры и путешественники, которые стремятся поделиться своими взглядами на Китай и собственным опытом, а также познакомить читателей со страной и ее культурой. Как описывает один из блогеров в «профиле пользователя», *«китайцы – обычные люди как и все мы со своей историей, музыкой, привычками и праздниками. Я постарался сделать так, чтобы вы увидели их моими глазами – не загадочных инопланетян, а простых людей»*.

Т.Л. Каминская обращает внимание на то, что «реализация авторского замысла современного медиатекста неизбежно оказывается связанной с образом того адресата, к которому обращен данный текст» [Каминская 2008, с. 314]. Ф. Ян со ссылкой на работу Е.В. Скворецкой выделяет ряд актуальных характеристик адресата любого текста: 1) объем его знаний по данной теме; 2) его возраст; 3) единичность адресата или множественность; 4) его психологическая готовность слушать или читать текст, желание получать информацию; 5) степень целенаправленности адресата [Ян 2016, с. 37].

Образ адресата. Блоги размещены в открытом доступе, поэтому адресат текста – массовая аудитория, которая имеет возможность пользоваться интернетом. Н.С. Болотнова также подчеркивает, что образ адресата не конкретизирован, адресатом может стать каждый желающий участвовать в диалоге [Болотнова 2011, с. 211]. Читатель текстов блогов представляется как обобщенный образ – потенциальными и реальными читателями могут быть посетители блог-платформ «Живой Журнал», «Яндекс.Дзен» и издания «Магазета», а также подписчики блогеров, любители китайской культуры и искусства. Редакция «Магазеты» на основании данных соцсетей констатирует, что большинство читателей находится в России, основная аудитория – молодые люди 25–30 лет и девушки 20–25 лет, предпочитающие блоги о культуре Китая, информационных технологиях, изучении китайского языка. Однако авторы не могут учесть конкретный социальный статус, уровень образования адресата. Взгляды и предпочтения читателей отражаются в обратной

связи – комментариях, которые не все читатели оставляют после прочтения текстов.

Представленные образы автора и адресата позволяют понять, что блогеры разных групп описывают китайское искусство исходя из личного опыта, передают читателям свои чувства и тем самым в определённой степени формируют медиаобраз Китая в сознании русского адресата. Русские блогеры, которые являются адресантами текстов, продуцируют свои взгляды и предпочтения, связанные с искусством КНР. Они получают обратную связь от адресата в виде реакций на тексты – комментариев, где каждый, кто желает участвовать в диалоге о китайской культуре, может поделиться имеющимися знаниями и впечатлениями, а также узнать новое от других участников коммуникации и расширить свое представление о Китае.

Тексты блогов, исследованные в данной монографии, можно разделить на следующие жанры: заметки о культуре: блоги об истории, разновидностях и особенностях разных видов искусства; путевые заметки: блоги, в которых представлены интересные факты о китайском искусстве и субъективные наблюдения, впечатления авторов о путешествии в Китай; личные дневники, в которых авторы размышляют об искусстве Китая.

Анализ формы и содержания выбранных блогов позволил установить особенности композиционной структуры текстов. Их составляющими становятся: информация об авторе (в некоторых блогах она отсутствует или находится в конце текстов); категория блогов. Система «Живого Журнала» автоматически определяет тематику текстов. Большинство блогов о китайской художественной вышивке относится к

темам *рукоделие, искусство, творчество*; заголовок блога; вводная часть (аннотация или презентация темы); основная часть публикации, в которую включаются подзаголовок, текст, фотографии и видео к тексту; заключение; комментарии читателей. Такая структура не универсальна для блогов, поскольку фото- и видеоматериалы не являются обязательным компонентом типового блога, но, как правило, дополняют публикации, посвященные вопросам культуры и искусства.

1.2.4. Комментарий к блогу как форма обратной связи

В последние годы ученые сосредоточили свое внимание на новых жанрах текстов, функционирующих в интернет-пространстве. Среди них комментарий является новой формой обратной связи в массовой коммуникации. Во многих научных работах комментарий рассматривается с точки зрения лингвистики и смежных дисциплин (психологии, социологии, журналистики и др.). Ряд ученых считает, что комментарий относится к жанру отклика [Зенищева 2021, с. 16].

Рассматриваемый термин весьма вариативен. В работе И.Р. Танабаевой используются термины «комментарий», «сетевой комментарий» или «коммент» [Танабаева 2017, с. 207], Л.Р. Абдуллина использует термин «интернет-комментарий» [Абдуллина 2016, с. 5]. В журналистике под комментарием понимается «публикация, которая объясняет, обсуждает, «комментирует» важные события» [Танабаева 2017, с. 207]. А.А. Тертычный исследует комментарий в трех аспектах: «интернет-комментарий является отдельным жанром интернет-коммуникации, находящимся на стыке с другими

жанрами. С одной стороны, он является продуктом устной речи, с другой – письменной, с третьей – продуктом разнообразных интернет-трендов, задающих особенности и нормы построения текста» [Тертычный 2000, с. 54].

В психологическом аспекте имеющихся в нашем распоряжении исследований на первый план выдвигается вопрос об отражении в комментариях национального мировоззрения, которое «рассматривается через субъективные приоритеты человека, его прошлый опыт и окружающий его мир, соотносится с актуальными объектами действительности и понимается как вербальное отражение действительности» [Абдуллина 2016, с. 6].

Ученые из Китая в сфере рекламных коммуникаций изучают вопрос формирования авторитетного мнения посредством интернет-комментария, а также его прямого воздействия на принятие решения клиентов в онлайн-пространстве. Ученые устанавливают ряд факторов, способствующих вызвать доверие адресата к комментариям. Среди них положительная или отрицательная окраска, степень подробности текста и выражение личного мнения читателя в общем контексте обсуждения темы [Чжан, Бай 2016, с. 133].

Комментарий становится одним из новых понятий в медиалингвистике, для которой актуально изучение его как новой разновидности медиатекста и как формы обратной связи в медиадискурсе [Нестерова 2018, с. 139]. Исследование комментария осуществляется на материале разных онлайн-порталов и сайтов (J. Wang, Yu. Clement, Yu. Philip, B. Liu, W. Meng, Е.С. Дахалаева, В.В. Курейко, С.В. Ляпун, Г.В. Соколова, С.Ж. Ергалиева, Н.В. Мельник, О.Н. Зенищева); персонального интернет-дискурса (И.Г. Сидорова); интернет-

версий печатных изданий (А.А. Тертычный); радиопрограммы (Н.Г. Нестерова, Ч. Цзюй); блогов (М.А. Ульянова, Г.Г. Зайнуллин, А.М. Хабибуллина, Т.Н. Колокольцева, А.Д. Арсентьева, А.А. Морозова).

С точки зрения лингвистики И.Г. Сидорова предлагает рассматривать интернет-комментарий как «текст, в котором вербально определяется коммуникативное действие личности, которая демонстрирует себя через открытую публикацию своего мнения / оценки» [Сидорова 2014, с. 161]. Она отмечает, что анализ интернет-комментариев включает: прагматические параметры (описание участников коммуникации, цель и сферы коммуникации); медийные параметры (описание интерфейса, признаки гипертекстуальности, мультимедийности, синхронности / асинхронности, количество и эксплицированность коммуникантов); структурно-семантические параметры (тема обсуждения, структура текстовых полей, единицы текста); лингвистические параметры (языковые средства, которые обеспечивают реализацию коммуникативного акта автора) [Сидорова 2014, с. 162].

К более ярким и интересным проявлениям диалогичности исследователи относят комментарии в блогосфере [Колокольцева 2021, с. 205]. В коммуникативно-прагматическом аспекте комментарий к блогу рассматривается как «новая форма обратной связи в блог-коммуникации» [Цзюй 2019, с. 719], отражающая результаты восприятия информации адресатом. Т.Н. Колокольцева также подчеркивает, что комментарий к блогу представляет собой «вторичный диалогический сетевой жанр, предназначенный для выражения реакции адресатов на то или иное сообщение, для передачи мнений и оценок интернет-пользователей относительно

определенных речевых и неречевых событий» [Колокольцева 2021, с. 205].

М.А. Ульянова, рассматривая функции комментария к блогу, фиксирует следующие наблюдения: комментарии могут способствовать получению необходимой информации; комментарии формируют коллектив читателей, благодаря которому блог «оживает», возникают дискуссии, читатели могут выражать свое мнение, оценивать тему, даже спорить; таким образом, отслеживается реакция на темы блога; комментарии способствуют более детальному раскрытию тем, изложенных в блоге; комментарии в других блогах дают автору идеи для новых тем; комментарии мотивируют авторов продолжать вести блог; комментарии обеспечивают объективную обратную связь, и блогеры могут дискутировать с читателями, отвечая на вопросы и обсуждая непонятные моменты; комментарии являются средством общения между адресатами блога; количество комментариев показывает, насколько актуальна тема блога. Иногда обсуждение темы в комментариях привлекает читателей больше, чем содержание самого блога; для читателей блога комментарии – это форма развлечения и средство общения, позволяющее читателю почувствовать себя причастным к жизни знаменитости [Ульянова 2015, с. 361].

Комментарии выполняют также функцию выражения мнения, такие комментарии можно разделить на следующие категории: похвала, порицание, просьба дать советы, шутка, замечание другого пользователя [Хабибуллина 2015].

Для настоящей работы актуальным является подход к комментарию, представленный в работе А.Д. Арсентьевой, А.А. Морозовой, которые, изучая комментарии на

платформе «Яндекс.Дзен», указывают, что комментарии являются основным компонентом блога, как сами публикации. «Читатели достаточно часто подробно высказывают свое мнение, делятся историями из жизни, соглашаются с позицией автора или оспаривают его мысли. Но также среди читателей присутствуют пользователи, цель которых вывести других пользователей на конфликт, привлечь к себе внимание шокирующими мемами и подписями, с которыми большинство не будет согласно» [Арсентьева, Морозова 2021, с. 92].

Уникальность комментария к блогам заключается в его исключительной сосредоточенности на интертекстуальной и диалогической сфере, на выражении обратной связи между автором и читателем. «Современный адресат категорически не желает быть пассивным получателем информации, а комментарий дает возможность любому пользователю интернета проявлять коммуникативную активность, включаясь в диалог с авторами текстов и другими представителями соответствующего интернет-сообщества» [Колокольцева 2021, с. 211]. Сам комментарий становится «оценкой на оценку, интерпретацией интерпретации», результатом мыслительных процессов и эмоциональных реакций, их началом для следующего комментатора [Топчий 2019, с. 176].

С учетом характеристик комментариев к радиопрограмме [Нестерова 2018, с. 141–142], на основе анализа эмпирического материала в данной работе выявляются следующие характеристики комментария к блогу:

– Комментарии имеют свое место в композиционной структуре блога, располагаясь в нижней части текста блога.

– Существует общий тематический интерес между комментаторами и блогером.

– Комментатор также является участником темы обсуждаемого блога, а не просто пользователем и посетителем интернета.

– Комментарии в блогах крайне личные: мнение комментатора часто основано на собственном опыте, это проявляется употреблением местоимений (*я, мы, мой, сам(а)*) в разных грамматических формах, глаголов в 1-м лице единственного и множественного числа (*думаю, считаю, оговарюсь*).

– Предметом оценивания в комментариях может быть конкретный человек (блогер или другой комментатор) или любой предмет, упомянутый в тексте блога.

– Комментарий является важной частью общения в блогах, поскольку позволяет получить обратную связь и оценить мнение автора.

– Комментарий в блогах – это неформальная форма общения.

– Языковое воплощение комментариев неоднородно, что обусловлено положительной, отрицательной или неоднозначной оценкой объекта / предмета обсуждения.

Таким образом, комментарии в блогах мы расцениваем как новую коммуникативную единицу медиатекста, которая является продуктом реального диалога и взаимодействия между блогером и адресатом, а также между читателями блога. Изучение комментариев к блогам обеспечивает более полное представление медиаобраза Китая в текстах блогов об искусстве.

1.3. Китайское искусство как составляющая медиаобраза страны

1.3.1. Тема искусства в научных и научно-методических исследованиях

Изучение текстов об искусстве, функционирующих в блогах и являющихся частью современной блогосферы и – шире – медиасферы, включает настоящее исследование в медиалингвистический контекст также через понятие *арт-медиадискурс*.

В «Философском энциклопедическом словаре» искусство определяется как «форма творчества, способ духовной самореализации человека посредством чувственно-выразительных средств» [Философия... 2004, с. 527]. Авторы «Большой советской энциклопедии» интерпретируют искусство шире, отмечая, что оно отражает действительность и является частью духовной культуры как одного человека, так и всего человечества [Большая советская энциклопедия].

Классики российской филологии неоднократно отмечали особую роль искусства в жизни человека и общества. Например, Д.С. Лихачев писал, что «организующая сила искусства направлена, разумеется, не только на внешний мир. Упорядочивание касается и внутренней жизни человека» [Лихачев 2006, с. 7]. Искусство имеет важное значение, поскольку формирует новый опыт, упорядочивая имеющийся, об этом писал русский философ, культуролог, литературовед М.М. Бахтин: «...искусство создает новую форму как новое ценностное отношение к тому, что уже стало действительностью для познания и поступка: в

искусстве мы всё узнаем и всё вспоминаем» [Бахтин 1975, с. 30–31].

Традиционно считается, что искусство, отражающее ментальность этноса, проявляется в разных формах, например, в музыке, литературе, живописи, театре, архитектуре, кино и т.д. Различные аспекты искусства как предмет исследования изучаются общественными и гуманитарными науками, включая искусствоведение, культурологию, социологию, психологию, философию, семиотику, поэтику, лингвистику.

От глубокой древности (от Платона, Гераклита, Аристотеля) до сегодняшних дней философы и ученые исследуют функции искусства, классифицируют виды и формы творчества, изучают их специфику, указывают, что эти проблемы интересовали философов древности [Ильин 2013, с. 107]. Описывая эволюцию взглядов на классификацию видов искусства, Д.А. Ильин, в частности, обращает внимание на разделение всех видов искусства на две группы: для пользы и для развлечения [Там же]. Исследователь цитирует живописца Симона Ушакова, который подразделял искусство на шесть видов: «статуарное искусство – произведения из камня, дерева, кости; лепное – из глины, воска, муки; искусство литья – из золота, серебра, меди; ваятельное – на бисере и на благородных камнях; резное – на медных досках, для оттиска на бумаге (в современном понимании – эстамп). Но вершину его классификации занимало писание красками (живопись)» [Там же].

М.С. Каган отмечает, что во французской традиции искусство дифференцировалось на видимое (живопись, скульптура, танец) и слышимое (музыка и поэзия). Он также приводит другую систематизацию, в соответствии с которой

выделялись семь подструктур искусства: слуховая (различные музыкальные явления), зрительная (живописные), двигательная (хореографические), действенная (театральные), конструктивная (явления архитектуры, прикладные и промышленные искусства, садовое искусство и скульптура), языковая (литература), чувственная («искусство любить и внушать любовь к себе») [Каган 1972, с. 84–85].

В XX в. появились новые виды искусства. Так, в работе Е.В. Ковалевой отмечается, что визуальные и аудиальные виды искусства «начали использоваться только в XX в., первая попытка использования принципа восприятия была сделана еще в XVIII веке» [Ковалева 2018, с. 9].

Таким образом, из истории в современность пришли различные критерии не только для классификации видов искусства, но и для определения наиболее значимых из них. Очевидно, что каждая классификация видов искусства имеет свои особенности, отражает характеристики времени создания и выражает ценности и предпочтения исследователя, её создавшего.

Искусство является важной частью культуры этноса, поэтому многие ученые анализируют различные аспекты взаимосвязи культуры и искусства (В.А. Доманский, С.И. Ануфриев, О.П. Гужва, Е.Ф. Казаков, Л.П. Типикина, Ю.Е. Архангельский, А.А. Чихляева, О.А. Кривцун и др.). Так, Ю.Е. Архангельским определяется место искусства в дискурсе культуры советской эпохи, он квалифицирует искусство как «продукт, который создается при определенных общественных условиях, и по функциям – явление социального порядка» [Архангельский 2017, с. 17]. Задача искусства в советской культуре, по мнению автора, состоит в том,

чтобы «пронизать все стороны советского образа жизни, найти отражение не только в сфере социальной, нравственной, но и в первую очередь духовной» [Архангельский 2017, с. 18]. Автор считает, что советская культура занимает достойное место в ряду национальных культур, что «советский человек был способен постигать красоту и гармонию окружающего мира и сам творить по законам красоты» [Там же]. Ученый приходит к выводу, что культура и искусство неотделимы, так как искусство отражает все особенности культурного и политического фона эпохи.

Безусловно, искусство является отражением национального культурного наследия, а культура всегда выражается в искусстве. Эту идею развивает О.А. Кривцун, отмечая, что «искусство обладает сильными культуротворческими возможностями» [Кривцун 2018, с. 7]. В данной работе акцентируется внимание на том, что, изучая искусство, человек не только получает художественное наслаждение, но и узнаёт глубину культурных смыслов [Там же].

С точки зрения Е.Ф. Казакова и Л.П. Типикиной, искусство является выражением «души культуры». Исследователи отмечают, что, по сравнению с другими формами культуры, искусство наиболее тесно связано с духовной жизнью народа: «Искусство выражает (именно выражает, а не изображает) внешнюю и внутреннюю стороны души культуры (вплоть до глубинных сущностных процессов), представляя её в полноте, целостности» [Казаков, Типикина 2015, с. 202].

А.А. Чихляева описывает особую роль искусства в общении культур, отмечая, что «искусство служит не только регулятором внутренних процессов, протекающих в каждом типе культуры, но и способом налаживания связей каждого

типа культуры с другими культурами» [Чихляева 2016, с. 959].

Таким образом, искусство и культура тесно взаимосвязаны. «Если культура представляет собой всю полноту человеческой деятельности, то искусство своего рода микрокосмос, отражающий весь культурный универсум. Оно – тексты, знаковая система, символы, коды культуры» [Доманский, Ануфриев 1997, с. 37].

Многие современные исследователи рассматривают роль искусства в аспекте межкультурной коммуникации и отмечают его дидактическую функцию. Например, формы искусства могут использоваться как дидактический материал в преподавании русского языка как родного (Л.А. Ходякова, И.К. Геро, Т.Н. Волкова, В.В. Медведева, В.В. Тайшин и др.) и как иностранного (Г.Н. Старикова, Л.А. Бессонова, Е.Н. Кузнецова, Е.Д. Мадей, А.Н. Стаценко и др.). На уроках русского языка традиционно используются в качестве дидактического материала произведения литературы, живописи, кино, музыки. И.К. Геро подчеркивает, что искусство на уроках русского языка является обязательной частью программы по развитию речи ребенка. Ученый пишет, что «на уроках развития речи с привлечением художественного текста и произведений живописи и музыки происходит взаимопроникновение впечатлений, полученных от произведений разных видов искусства, установление разнообразных ассоциативных связей, активизация слушания, говорения, чтения и письма» [Геро 2013, с. 75]. О значимости использования произведений искусства на уроках русского языка пишет Е.Н. Стрельчук, отмечая, что «любая работа с текстом культурологического содержания и картиной художника

осуществляется на основе лексико-грамматического материала», это позволяет учащимся глубже и прочнее усвоить некоторые употребительные языковые единицы [Стрельчук 2011, с. 258].

Использование в качестве дидактического материала произведений словесного и изобразительного искусства, сведений о национальной культуре и о выдающихся авторах является традиционным принципом лингводидактики. В большинстве учебных пособий, адресованных русским учащимся и иностранным студентам, можно найти материалы о русском искусстве. Например, в учебнике «Русский язык» [Овсиенко 2008] предлагается работа с новой лексикой, необходимой для чтения художественного текста «Борис Кустодиев»; учебное пособие «Поговорим о русской живописи. Русское искусство на уроках РКИ» [Старикова 2017] содержит разработки уроков по развитию речи на основе произведений русской живописи различных жанров; автор учебного пособия «Живопись на уроках русского языка» [Ходякова 2000] предлагает комплексную систему работы по картине и систему упражнений по каждому виду речевой деятельности. Очевидно, что использование произведений искусства на уроках русского языка является актуальным дидактическим приёмом, поскольку обладает потенциалом формирования лингвокультурологической компетенции обучающихся, стимулирует интерес детей и иностранных студентов к изучению русской культуры и русского языка, развивает речь.

Итак, искусство представляет собой феномен национальной и мировой художественной культуры, поэтому различные аспекты искусства как предмета изучения интересуют

ученых различных областей знания. Можно с уверенностью констатировать, что исследование искусства как формы выражения внутреннего и внешнего мира человека и общества никогда не утратит актуальности.

В монографии находят отражение результаты анализа текстов об аудиальных видах искусства (опера, музыка) и визуальных (живопись, каллиграфия, художественная вышивка).

1.3.2. Искусство как средство коммуникации

Многие ученые видят в искусстве не только форму творческой самореализации, но и средство коммуникации между создателем произведения искусства и его зрителем, слушателем, читателем. Искусство, по мнению многих ученых, таких как В.М. Дианова, Г.Г. Коломиец, А.И. Николаев, Н.В. Платонова, А.Ю. Пряжникова и др., выполняет коммуникативную функцию.

Искусство является особым языком общения между людьми, осуществляет связь между автором и адресатом. По мнению А.Ю. Пряжниковой, искусство, будучи одной из форм общения, «для которой характерна ценностная маркировка культурных текстов, передача ценностных отношений посредством эмоционально окрашенных образов, является уникальным средством коммуникации» [Пряжникова 2018, с. 75]. А.И. Николаев замечает, что «на коммуникативности искусства основывается его современное семиотическое рассмотрение как знаковой системы. Как всякая знаковая система, искусство имеет свой исторически и национально обусловленный код, свои условности. Восприятие

произведения происходит по законам общения, другими словами, это коммуникация с обратной связью» [Николаев 2011, с. 56]. Г.В. Петровская, рассматривая вопросы, связанные с процессом художественной коммуникации, во главу угла ставит факт, что «коммуникативные свойства произведения изобразительного искусства проявляются не только через знак, но и через художественный образ» [Петровская 2012, с. 147]. Знак и образ – понятия не тождественные. Символические знаки, выражающие какие-либо значения, представляются в визуальных образах. Например, в китайской живописи бамбук – символ стойкости; лотос – символ чистоты. Одинаковые образы в разной культуре обладают разными символами. Например, в японских картинах желтая хризантема является символом любви, белая – верности, а в китайских произведениях искусства хризантемы указывают на благородный характер человека и его изысканные манеры, но желтые и белые хризантемы выражают соблезнование. Таким образом, искусство как инструмент воплощения культуры отражает традиции и образные представления этноса. Знакомство с произведениями искусства другого народа позволяет понять его картину мира, создаёт пространство для межкультурной коммуникации.

Г.Г. Коломиец, описывая понятие «коммуникативная функция искусства», заявляет, что эта сфера передачи информации с обратной связью характеризуется объект-субъектностью: т.е. искусство (объект) несет информацию субъекту (реципиенту) [Коломиец 2007, с. 159]. Различные формы творчества позволяют авторам выражать эмоции и феномены мышления, а реципиентам — вызывать эстетические эмоции и чувства, сопереживать идеям автора.

В работе В.М. Диановой представлен другой подход, она обращает внимание на субъектность автора и объектность идеального адресата: «художник уже в период создания произведения ведет своеобразный диалог с будущим, пока иллюзорным и идеальным читателем, зрителем, слушателем. Учитывая будущего зрителя, читателя, слушателя, каждый автор программирует в структуре произведения конкретный способ восприятия, соответствующим образом “раскрывает” произведение навстречу зрителю (читателю, слушателю) и тем самым отводит ему определенную позицию в системе “автор – произведение – воспринимающий”» [Дианова 1981, с. 91].

Таким образом, искусство отражает дух народа, его ментальность; оно представляется не столько инструментом передачи информации, сколько средством коммуникации между автором и адресатом. Отмеченные факты связаны с коммуникативно-прагматическим аспектом настоящего исследования.

1.3.3. Медиатексты об искусстве как единица арт-медиадискурса

Произведения искусства становятся объектом обсуждения в автономно существующих дискурсах – в медиадискурсе и арт-дискурсе [Рингевич 2017, с. 419]. Дискурс первого типа разноаспектно изучается в российской лингвистике, в то время как второй не получил достаточного лингвистического изучения.

Согласно классификации О.Ф. Русаковой и В.М. Русакова, дискурсы театра, литературы, изобразительного

искусства, архитектуры, кино, моды и др. включены в основные понятия арт-дискурса [Русакова, Русаков 2008, с. 74].

Арт-дискурс в энциклопедическом словаре «Психология общения», изданном под ред. А.А. Бодалева, определяется как «форма объективации содержания сознания, реализуемая художественными (изобразительными) средствами (языком искусства) в русле постмодернистской социально-культурологической концепции, расширяющей рамки искусства и размывающей границы между художественной и внехудожественной деятельностью, между искусством и жизнью» [Психология общения... 2011, с. 546]. Второй взгляд на арт-дискурс выражается следующим образом: «Продуктивным представляется рассматривать арт-дискурс как разновидность публицистического дискурса, в основе которого “авторское мнение, авторская позиция”» [Ветошкина 2014, с. 371]. Таким образом, арт-дискурс можно рассматривать как коммуникативную деятельность, в которой важную роль играют адресант и адресат информации. Адресат может увидеть, как автор воспринимает мир через призму искусства.

Проводя исследование в лингвистическом ключе, В.В. Рингевич заявляет, что арт-дискурс «является основным из видов дискурса, имеющих отношение к искусству, ...арт-дискурс отражает современные явления с помощью языковых средств и представляет из себя как связный текст, интерпретирующий объект искусства в совокупности с экстралингвистическими факторами, так и коммуникативную деятельность, где должен присутствовать отправитель и получатель информации» [Рингевич 2017, с. 418].

Китайский исследователь Ш. Ши подчеркивает, что настоящее искусство, в частности, настоящее китайское искусство, крайне редко удостоивается адекватного и объективного внимания [Ши 2014, с. 60]. Вопрос о китайском искусстве автор связывает с духовностью искусства КНР, отмечая, что дискурс о китайском искусстве затрагивает не только художественные формы, эстетические вопросы, но и навыки межкультурной коммуникации, воображение, креативность современных китайцев, китайские ценности, мудрость и душу [Ши 2014, с. 60–61].

Таким образом, основываясь на понимании арт-дискурса учеными, можно утверждать, что исследование образа Китая через китайское искусство является актуальным, подчёркивающим своеобразие страны. Исследуя языковые средства, используемые российскими блогерами в текстах об искусстве, можно получить представление о взгляде россиян на Китай.

В эпоху масс-медийных технологий «любые дискурсы становятся все более медиатизированными» [Каминская 2015, с. 13], с произведениями искусства можно взаимодействовать не только в музее или в театре, но и в средствах массовой коммуникации. Как замечает автор, «новые медиа становятся незаменимым проводником по миру искусства» [Там же]. З.А. Ветошкина акцентирует внимание на том, что в современном медиапространстве имеется несколько популярных жанровых разновидностей арт-дискурса [Ветошкина 2014, с. 371].

Отмеченные факты свидетельствуют о том, что специфика отражения искусства в медиа становится новым объектом изучения специалистами разных гуманитарных наук.

События национальной и мировой культуры и искусства быстро становятся, во-первых, достойным информационным поводом и, во-вторых, частью российского медиапространства, прежде всего той его части, которую Н.С. Цветова называет «арт-медиадискурсом» (далее – АМД) и квалифицирует как «дискурс искусства в российских СМИ» [Цветова 2018, с. 188].

Н.С. Цветова определяет современный русский АМД как «гипертекст, феноменологическими характеристиками которого можно считать открытость, являющуюся результатом актуализации принципа диалогичности как принципа сцепления текстов-реплик в ответ на текст, презентующий инфоповод; доминирование эмоциональности над рациональностью; политопичность (медиа topik – тема), обусловленную тем, что искусство (художественная культура) – это любая деятельность, направленная на создание эстетически выразительных форм, часть духовной культуры и результат творческой деятельности человека» [Цветова 2019, с. 6]. Автор указывает, что филологическое осмысление журналистских произведений об искусстве осуществляется в двух направлениях. Первое направление, в частности, разрабатывается белорусскими учеными, исследования которых объединены в монографии «Медиа текст и культура» под редакцией Т.П. Карпилович [Медиа текст... 2015]. Они «рассматривают текст «как результат дискурсивной деятельности»: анализируют коммуникативные тактики, стратегии и речевые средства их вербализации, прагматически маркированные лексические и грамматические средства, способствующие достижению коммуникативных целей» [Цветова 2019, с. 20]. В рамках второго направления, разрабатываемого на

кафедре медиалингвистики СПбГУ, тексты арт-дискурса анализируются «в контексте досуговой журналистики и в свете интенциональной стилистики» [Цветова 2019, с. 20].

А.А. Самсонова выявляет феноменологические характеристики процесса оценивания художественного произведения в арт-медиадискурсе. В процессе оценивания произведения искусства она вычленяет три этапа: этап общей оценки (положительной и отрицательной), этап дополнительной актуализации и этап функционирования оценочного стереотипа. «Именно установка на формирование и выражение эстетической оценки в значительной степени определяет стремление автора медиатекста анализировать спорные позиции, осознание им необходимости трансляции своего отношения к актуальным арт-объектам, к разным точкам зрения, к проблемам, формирующим содержание речи / текста. Все эти обстоятельства диктуют зависимость эволюции современного медийного дискурса искусства от смены оценочной парадигмы» [Самсонова 2018, с. 3].

Коммуникативные тактики, реализующие оценку в художественных рецензиях (книжной, театральной, музыкальной, рецензии на фестиваль, рецензии на вернисаж и кинорецензии), на примере региональной прессы описывает Е.А. Набиева. Тактики, выявленные автором исследования, разделяются на общеупотребительные (приведение чужого мнения, цитирование первоисточника, пересказ, объединение с читателем, использование параллелей) и специфические (тактики прямой оценки и тактики косвенной оценки) [Набиева 2010, с. 7]. По наблюдению Е.А. Набиевой, автор рецензии строит текст как «реализацию двух целей: оценить продукт культуры на основе определенной иерархии

ценностей, которые предлагает рецензент согласно своей гипотезе адресата, и воздействовать на ментально-волевую сферу адресата, чтобы побудить его к определенному действию» [Набиева 2010, с. 6].

Роль критики в литературных журналах и массовой периодической печати исследует В.И. Новиков. Он полагает, что «взаимодействие литературной критики и прессы – процесс естественный и необходимый. Однако полное растворение критики в текущей журналистике может привести к потере ценностных ориентиров» [Новиков 2012].

Искусство представлено не только в традиционных СМИ, но и в интернете: «...в последние годы качественная арт-журналистика, рассчитанная на широкую заинтересованную аудиторию, активно обосновывается в интернете» [Сидякина 2012, с. 128]. Важную роль при этом выполняют интернет-сайты или тематические рубрики, в которых размещаются публикации о театре, музыке, кино, изобразительном искусстве и т.д.

В последние годы активным источником информации стали блоги. Именно на них обращает внимание К.К. Сагдуллаев, отмечая, что в блогах отражается мнение о произведении искусства и авторов, и читателей. «Имеют свои блоги и любители искусства, которые делятся своими впечатлениями о спектаклях, кинофильмах, выставках, фестивалях, демонстрируя открытость этого пространства для отзывов и комментариев» [Сагдуллаев 2014, с. 15].

Итак, интернет становится форумом – местом, где спорят и соглашаются, озвучивают личные оценки и мнения о художественных произведениях. Тексты в арт-медиадискурсе максимально субъективны, но в целом интернет

представляет «объективную картину существующей реальности, т.е. общественное мнение. Личностное, персональное трансформируется в универсальное, объективное, питая мир искусства культурным многообразием» [Сагдуллаев 2014, с. 15].

Искусство использует возможности медиа для популяризации и продвижения, что, по мнению многих ученых, требует внимательного анализа и серьезного научного осмысления. В частности, Н.С. Цветова отмечает, что медиалингвисты должны «объективно, взвешенно, в контексте традиции оценив происходящее... пытаться влиять на динамику и характер активно развивающихся, как представляется, весьма противоречивых и опасных процессов» [Цветова 2012, с. 237].

Таким образом, арт-дискурс выражает интересы искусствоведов, лингвистов, культурологов, художников, галеристов и др. С развитием новых технологий арт-дискурс интегрировал в медиадискурс, что стало основанием для формирования нового понятия *арт-медиадискурс*.

Изучение текстов, включённых в арт-медиадискурс, имеет научное и практическое значение; в данной работе медиалингвистический аспект исследования способствует изучению медиаобраза Китая, создаваемого в русскоязычных блогах об искусстве.

1.3.4. Искусство Китая как объект научного изучения

Интенсивные межкультурные коммуникации, международные культурные и образовательные обмены стимулируют интерес исследователей к искусству и культуре

соседних государств. Например, в России и других странах растет интерес к истории, традициям и новациям Китая. Как замечает Л.И. Кузьменко, китайская цивилизация как «одна из древнейших в мире отличается удивительной стойкостью, непрерывностью исторической преемственности культурных традиций» [Кузьменко 2013, с. 12].

Как известно, культура Китая имеет долгую историю, зародилась в эпоху неолита и создавалась многими поколениями людей, живших на территории современного Китая. Искусство как одна из форм эстетической и художественной деятельности является частью духовной культуры китайского народа. Тысячи лет формирования традиционной музыки, живописи, поэзии, прикладных видов творчества позволили накопить глубокое культурное наследие древнейшей цивилизации. По мнению многих исследователей, искусство – это фундамент китайской культуры. М.А. Маркова отмечает, что «народ Китая смотрел на жизнь через призму не религии, философии или науки, а главным образом искусства» [Маркова 2017, с. 3411].

Изучая этнические виды искусства, культурологи обращают внимание на то, что искусство в современном мире не только играет роль транслятора национальной культуры, но и является пространством взаимодействия и межкультурной коммуникации [Тимофеева 2016, с. 38]. С.А. Ан замечает, что «современная трансляция в евразийской культуре традиционного китайского искусства – это способ сохранения самой культуры. Актуально сегодня исследовать взаимосвязь многообразных традиционных культур, их контакты с современной цивилизацией» [Ан 2019, с. 60]. В работе А.И. Струковой обнаруживаем интересное наблюдение о том, что искусство

Китай влияет на русскую живопись и графику уже с советской эпохи [Струкова 2015, с. 452].

Л.И. Кузьменко, описывая особенности искусства Китая, указывает, что одной из наиболее важных черт, которая сохраняется на протяжении тысячелетий и придает уникальность китайской культуре, особенно искусству, является их насыщенность символикой [Кузьменко 2013, с. 13]. «С течением веков символика, сохраняя первоначальный пласт своих значений, наполняется новым содержанием, находящимся в прямой зависимости от процессов культурного развития. Со временем происходит трансформация символической трактовки образов, сложные абстрактно-философские представления сводятся к простым, конкретным и понятным благопожеланиям» [Кузьменко 2013, с. 16].

Например, цветок сливы (*мэйхуа*) в китайской культуре символизирует дух упорства, настойчивости, самосовершенствования и смелость, потому что цветок расцветает обычно в конце зимы или в начале весны, т.е. в холодную погоду. Сказанным обусловлено значительное место, которое отводится сливе в поэтических и живописных произведениях. В то же время с конём ассоциируются характеристики безудержного, несдержанного и сильного темперамента. Будучи символом героизма, конь стал воплощением высоких стремлений государственных деятелей. Приведённые примеры показывают, что образы цветов, растений, животных и др. могут вызывать поэтические ассоциации и использоваться для выражения благожелательных мотивов в разных видах китайского искусства.

Иероглифическая письменность является ещё одной важной особенностью культуры Китая, она во многом

определяет не только самобытность китайского искусства, но и образ мышления китайцев [Кузьменко 2013, с. 17]. Китайские иероглифы в основном произошли от пиктографических изображений записей, следовательно, они выражают восприятие людьми предметов и являются абстрактным знаком-символом понятия. Эти особенности отражены в каллиграфии как виде искусства, которая представляет понимание эстетики и мышление китайцев.

В.В. Деменова также отмечает, что конфуцианство и даосизм играют очень важную роль в создании культурной общности Поднебесной [Деменова 2017, с. 11]. «Конфуцианство активно затрагивает окружающий мир человека, в то время как даосизм, наоборот, стремится укрыть человека от земных проблем» [Цинь 2019, с. 526]. Эстетика конфуцианства имеет характеристику «Чжун юн (中庸)», что переводится как «золотая середина». Влияние конфуцианства на искусство преследует внутреннюю справедливость и внешнюю гармонию. Идея даосизма побуждает художников уйти от реального мира и быть в природе для того, чтобы совершенствовать свою моральную ценность [Лю 2018, с. 84–85]. Такие философские идеи стимулируют деятелей задуматься об отношении между человеком и окружающим миром, отражаются в каллиграфии, живописи, искусстве веера, музыки, оперы, в боевых искусствах.

Таким образом, китайское искусство, с одной стороны, является социальной идеологией и воплощается посредством образов-символов. С другой стороны, оно представляет собой результаты творчества, которые создаются китайскими художниками, каллиграфами, ремесленниками, поэтами, архитекторами и другими деятелями через их

понимание общества и окружающей среды и отражают образ мышления, ментальность китайского народа.

Китайское искусство многогранно и своеобразно. Оно является объектом научных исследований прежде всего для искусствоведов и культурологов, которые изучают разнообразие и уникальность видов и форм китайского искусства. Наибольшую актуальность для ученых представляют музыка, живопись, опера и каллиграфия [Гудимова 2003; Ван 2009; Саракаева 2011; Белозёрова 2015; Ху 2015; Донченко 2019; Алябьева 2020 и др.]. Многие китайские ученые исследуют взаимовлияние русского и китайского искусства [Ван 2013; Го 2017; Му 2018; Цинь 2020; Чжоу 2020; Лу 2021].

Межкультурная коммуникация между Россией и Китаем имеет долгую историю: как свидетельствуют исторические материалы, она началась со времени династии Цин (1636–1912 гг.). Достоверные факты подтверждают, что «первые произведения православной иконописи распространились в Китае во времена династии Цин, что стало зарождением китайско-русского художественного обмена» [Чжоу 2020, с. 97]. По мере развития страны и реформ «с 1954 года в Китайской Народной Республике четко прослеживается тенденция распространения русского искусства и его принципов, а также реформирование методик художественного образования» [Му 2018, с. 34]. Между художниками двух стран всегда происходил активный обмен опытом в области оперы, живописи и музыки. В России и сейчас часто организуются российско-китайские выставки, которые создают пространство для культурного обмена и эстетической коммуникации. Это связано с тем, что китайское искусство продолжает вызывать интерес у российской аудитории.

Кроме того, исследователи считают, что искусство Китая выступает инструментом «мягкой силы», формирует имидж страны. Например, китайские военные искусства, которые являются важной частью традиционной китайской спортивной культуры, стали проводником китайской культуры в мире, так как во многих странах работают школы китайских боевых искусств. Национальные китайские виды спорта способствуют развитию международного сотрудничества, военные искусства «играют большую роль в укреплении всесторонней национальной мощи Китая и его “мягкой силы”» [Чжао 2019, с. 357].

Изучение репрезентированного в текстах блогов искусства Китая позволило установить, что Китайская Народная Республика в восприятии россиян – это страна с глубокой историей, её искусство отражает традиции, материальную и духовную культуру этноса с древних времен до наших дней. Знакомство мирового сообщества с китайским искусством закономерно способствует формированию представлений стране, делает её образ более содержательным и объёмным.

Выводы

Обоснование теоретико-методологической базы исследования позволяет сделать ряд значимых выводов.

1. Понятие *медиаобраз*, будучи предметом изучения в различных научных областях, имеет множество определений. Наиболее общим является понимание медиаобраза как представления об определенном объекте, которое создаётся в медиадискурсе, описывается в медиатекстах, реализуется с помощью специфичных языковых и медийных средств.

Междисциплинарный характер медиаобраза требует применения различных научных методов описания и соответствующей эмпирической базы. Медиаобраз, активно функционирующий в массовой коммуникации, становится одной из ключевых единиц медиадискурса.

К числу актуальных объектов исследований относятся медиаобразы различных стран. В массовой коммуникации медиаобраз Китая наиболее активно исследуется в политическом и экономическом аспектах, а также в аспекте культурной жизни страны.

2. Русскоязычные блоги становятся информативным культурно-ориентированным источником материала для изучения медиаобразов стран.

Блог в медиалингвистических исследованиях изучается как новый жанр или новый медиатекст. Для данного исследования актуально рассмотрение его как новой разновидности медиатекста, сочетающей вербальные и невербальные компоненты. Блоги о китайском искусстве обладают большим влиянием на формирование у адресата интересов культурно-просветительской направленности, характеризуются высоким коммуникативно-прагматическим потенциалом. Блоги о китайском искусстве, размещенные в русскоязычной блогосфере, создают представление о том, как российские авторы и читатели воспринимают Китай, способствуют созданию медиаобраза данной страны.

Исследование понятия *медиаобраз* и обращение к новым медиатекстам (блогам) вводит исследование в медиалингвистический контекст.

3. Авторами исследованных блогов являются преимущественно непрофессионалы в сфере искусства (любители

китайского искусства, путешественники), это обеспечивает им более свободное выражение мнений относительно обсуждаемых вопросов, возможность субъективного оценивания описываемых видов искусства и осуществления воздействия на адресата.

4. Комментарий к блогам реализуется как новая разновидность медиатекста и форма обратной связи между автором и читателем, а также между читателями. Комментарии к блогам об искусстве Китая, отражающие реакции адресата, становятся важным исследовательским материалом для изучения медиаобраза страны.

5. Лингвистическое рассмотрение медиаобраза Китая через призму традиционного и современного искусства как социально значимой части уникальной культуры страны обоснованно и эффективно, так как раскрывает особую грань образа страны, отражённого в медиасфере.

Искусство как объект обсуждения в медиaprостранстве обусловило развитие арт-медиадискурса, который реализуется в традиционных СМИ и новых медиа, в том числе в блогах. Изучаемые тексты русскоязычных блогов об искусстве представляют собой своеобразную часть арт-медиадискурса. Искусство, будучи феноменом национальной и мировой культуры, является важной частью духовной жизни общества и прагматически значимым средством коммуникации, эстетического и нравственного взаимодействия автора и адресата. Отмеченные факты связаны с коммуникативно-прагматическим аспектом исследования.

2. Языковые средства создания медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов об искусстве

2.1. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о традиционном китайском искусстве

Описание медиаобраза, создаваемого в текстах о традиционном искусстве Китая, методически осуществляется через призму основных аспектов, выявленных в ходе анализа текстов. Этими аспектами являются: роль, место и известность в китайской и мировой культуре; история возникновения и развития; статус и достижения деятелей искусства и мастерство; жанры / стили / разновидности; субъективные оценки авторов текстов; невербальные компоненты в текстах. Они позволяют продемонстрировать стратегии разностороннего описания медиаобраза в части отражения в нём своеобразия граней, связанных с разными видами традиционного искусства как части традиционной культуры Китая.

2.1.1. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о китайской опере

Китайская опера, которая «знакомит мир с историей и культурой Востока» [Ху 2015, с. 28], является весьма

своеобразной: отличается от европейской оперы не только сочетанием пения, музыки и танца, но и своим уникальным визуальным оформлением. Благодаря оригинальности артистического и аудиовизуального воплощения жанра, китайская опера привлекает любителей искусства разных стран. Важное место, которое занимает китайская опера в мировой художественной культуре, обусловлено как особой эстетической и коммуникативной природой этого жанра, так и его ролью в популяризации традиционной китайской этики и эстетики. Опера, являясь неотъемлемой частью богатой и разнообразной культуры Китая, способна лучше других видов искусства показать национальный дух китайского народа.

В ходе исследования выявлено, что медиаобраз Китая в рассматриваемых текстах создается посредством актуализации ряда пяти основных аспектов описания оперы как культурного феномена и её восприятия.

1. Роль и место китайской оперы в истории театрального искусства. Тезис о том, что китайская опера имеет глубокую историю, подчеркивается частотно используемым эпитетом *тысячелетний*; указанием на век или на династию, правившую в Китайской империи в определённую эпоху, указанием на даты событий и под. *Пройдя через более, чем тысячелетнюю историю, китайская опера сохранила...* (разнообразиие. – М.Ю.) *жанров; Во времена династии Мин (1368–1644) нередко на основе мотивов народных танцев создавались и разыгрывались маленькие спектакли-новеллы; Первая оперная труппа появилась в Поднебесной в VIII веке; История открытия в Китае театральных подмостков насчитывает более восьми веков. Самой популярной оперой Поднебесной считается пекинская опера, она берет своё*

*начало 2000 лет назад; Традиции чаочжоусской оперы сформировались во времена **династии Мин (1368–1644)**; Впервые эти представления (опера Куньцзюй. – М.Ю.) стали показывать на сценах еще во времена **династии Юань (1271–1368 гг. н.э.)**.*

Высокий статус китайской оперы в мировом искусстве характеризуется словосочетаниями, в том числе устойчивыми: *национальное сокровище, всемирное культурное наследие, обретать признание во всем мире: Китайская опера считается **национальным сокровищем Поднебесной**, а 2014 году ЮНЕСКО включила китайскую оперу в список **Всемирного культурного наследия**; С тех пор система Китайской театральной игры **обрела признание во всем мире**.*

Мировая известность китайской оперы подтверждается цитированием мнений всемирно известных деятелей театрального искусства, в том числе апелляцией к именам авторитетных российских деятелей культуры: *Один зарубежный драматург, побывавший в Китае, сказал своим китайским коллегам, что он не знает другой страны, кроме Китая, где так была **широко популярна опера**; В сердечных беседах с великими деятелями русского театрального искусства **Станиславским, Немировичем-Данченко, Мейерхольдом** и другими была дана глубокая и точная оценка Китайской театральной школы; В период гастролей в СССР Мэй Ланьфан встречался с такими знаковыми деятелями русского искусства, как **К.С. Станиславский, В.И. Немирович-Данченко, С.М. Эйзенштейн, В.Э. Мейерхольд; Немирович-Данченко**, высказывая впечатления от увиденного, отмечал, что **нет другой формы искусства, способной своей точностью и яркостью так же точно выразить дух***

нации; Сергей Эйзенштейн снимал фильм о гастролях пекинской оперы в Москве.

2. Оперные жанры. В проанализированных текстах подчеркивается многообразие оперных жанров. Используемые в текстах количественные данные, выраженные именами числительными, являются не просто фактами, но и вызывают эмоциональное воздействие на адресата. *Китайская опера сохранила всего 368 жанров китайской оперы; Существует более 360 видов китайской оперы.* Жанровая сложность, обусловленная переплетением разных жанров, обозначается перечислением однородных членов предложения в форме существительных и прилагательных: *Китайская опера – синтез пения, стилизованного действия, пантомимы, диалогов, танцев и акробатического боя; Китайская опера – это калейдоскоп вокальных и инструментальных номеров, пантомимы, театра теней, цирковых номеров, магии, смены масок – всего и не упомнишь.* Показательна в данном контексте обобщённо-личная конструкция *всего и не упомнишь.*

Представление о жанровом своеобразии китайской оперы как оригинальном виде искусства актуализируется именем прилагательным *уникальный*, конструкцией *не похожий ни на один другой*, формой превосходной степени имени прилагательного *интереснейший*: *В разных провинциях и частях страны складывались свои уникальные стили театральных представлений; Представление обусловлено традициями китайского театра, не похожего ни на один другой; Мы собрали 10 малоизвестных фактов о китайской опере – интереснейшем... виде восточного искусства.*

Важная особенность китайской оперы состоит в том, что каждый ее жанр соотносится более чем с одной оперной мелодией; использованные в текстах числительные указывают на их сложность: *Эта опера* (уцзюй. – М.Ю.) *представляет собой комбинацию шести известных Оперных Мелодий; Для каждой из мелодий существует свой набор пьес. Чаще всего встречаются труппы, исполняющие пьесы трех первых мелодий.*

Наиболее известным жанром китайской оперы является пекинская опера, она хорошо известна иностранным любителям искусства и чаще всего упоминается в средствах массовой коммуникации. Подчеркивая известность и загадочность пекинской оперы, авторы блогов используют слова и словосочетания со значением высокой степени оценки, в том числе прилагательные в форме превосходной степени: *Этот жанр впитал в себя элементы многих местных жанров и постепенно, во многом благодаря своему «столичному» статусу занял ведущее положение в китайском театре, став «китайским национальным театральным жанром»; Непередаваемая игра актеров, их полное перевоплощение заставят вас полностью перенестись в сказочный, волшебный мир «Пекинской Оперы»; Пекинская опера – самый известный... жанр таких представлений.*

Образ пекинской оперы как самого успешного и популярного жанра, оказывающего эмоциональное воздействие на зрителя, формируется благодаря нанизыванию однородных членов предложения: *За счет богатства репертуара, хрестоматийности сюжетов, мастерства актеров и сценических эффектов она* (пекинская опера. – М.Ю.) *нашла*

ключик к сердцу зрителей и вызвала их интерес и восхищение.

Как упоминалось выше, оперные жанры многочисленны, кроме пекинской оперы известны и другие жанры; для знакомства с ними используются имена собственные: *Кроме пекинской оперы существуют также и другие местные оперные жанры, такие как Юйцзюй (хэнаньская опера), Циньцян (шэньсийская опера), Чуаньцзюй (сычуаньская опера) и другие.*

Активное отражение в изученных текстах находит описание яркой визуальной особенности оперы – орнаментальное и цветное разнообразие масок. Подчеркивая, что символические значения цвета масок в китайской опере демонстрируют качества персонажей, авторы блогов часто используют имена существительные с абстрактной семантикой: *Красный цвет – символизирует верность и честность, черный – смелость, желтый – жестокость и обман, матово-белый – хитрость, золотым и серебряным цветом раскрашивают лица мифических героев; Белый – злоесть, злость, хитрость, предательство и подозрительность; Зеленый – импульсивность, жестокость, отсутствие самообладания или самоконтроля; Красный – храбрость и лояльность; Черный – грубость, жестокость или беспристрастность; Желтый – амбициозность, жестокость, ум. Красный цвет используют в гриме и костюме героев, которым свойственна храбрость и верность; черный цвет символизирует отвагу и бескорыстные намерения героя.*

3. Мастерство и образы, создаваемые актерами китайской оперы. В рассматриваемых блогах констатируется, что в китайской опере существуют разные роли, каждая из которых

воплощается в соответствии с типом основных персонажей и характеристиками их амплуа. Специфичным для описания указанных особенностей является использование специальных терминов из сферы театрального искусства: *В пьесе всего два действующих лица – монахиня и старик-лодочник, то есть два классических амплуа – благородной женщины циньи (青衣) и комика чоу (丑); Цинжань – девушка, владеющая боевыми искусствами и маскирующаяся под мужчину, амплуа женщины-воительницы удань (武旦); Цзыту – вертлявый персонажик, амплуа воина-комика учоу (武丑); Цзыду – туповатый и большой, амплуа мужчины с полностью разукрашенным лицом цзин (淨).*

Характеристики амплуа акцентируются рядом прилагательных, указывающих на качества человека: *Ну и сам Конфуций в амплуа – пожилой мужчина с мягким характером лаошэн (老生); К амплуа «дань» относятся: «циньи», то есть роли спокойных, сдержанных женщин; «хуадань» – непосредственные, смелые девушки; К амплуа чоу относятся роли добрых, комических персонажей или же хитрых, коварных, но глупых злодеев.*

Образы молодых положительных персонажей обычно производят глубокое впечатление на зрителей. Авторы публикаций подчеркивают черты героев, используя имена прилагательные *кокетливый, изящный, невероятный, красочный, прекрасный, молчаливый, юный, талантливый* и наречия *мило, прекрасно*: *А принцесса была очень кокетливая, мило поправляла рукава, чтобы показать изящные запястья и прекрасно кружилась в своем невероятном красочном костюме во время боя; Давным-давно среди бескрайних степей жила прекрасная дочь скотовода; Юный школяр Ван*

в дождливый вечер, возвращаясь с гулянки с друзьями, встречает прекрасную молчаливую девушку и одалживает ей зонт; Умирающего его находит юная и прекрасная девушка по имени Су-су и приносит к себе домой.

Формируя представление о сложности и глубине создаваемых образов, авторы блогов используют выразительные возможности имен прилагательных. Например, с целью подчеркнуть, что успешное выступление требует специальной подготовки, используются выражения, включающие указания на длительность подготовки актера к выходу на сцену и сам процесс подготовки, связанный с гримом. *Процесс нанесения грима перед спектаклем может занять до трех часов; Но интереснее всего было наблюдать за приготовлениями артистов, сидящих в огромной гримерной; В постановке органически соединяется... фантастический грим.*

Красота и уникальная традиционность костюмов артистов описываются с помощью определений, выраженных прилагательными *потрясающий, фантастический, яркий, необычный, шикарный, роскошный, невероятный, красочный*, которые выражают эмоциональное потрясение авторов, присутствовавших на зрелище: *Здесь почти отсутствуют декорации, зато костюмы артистов поражают воображение своими яркими цветами и множеством необычных аксессуаров; В постановке органически соединяется пение с танцем..., а также роскошные традиционные костюмы; К тому же у них были просто фантастические, потрясающие китайские костюмы (у одной только принцессы было 7 или 8 разных шикарных нарядов) и грим; Кружилась в своем невероятном красочном костюме во время боя;*

Самая главная черта китайской оперы, которая сходу бросается в глаза – это **яркие и красочные костюмы и макияж**.

Многогранность актерского мастерства описывается с помощью однородных членов предложения: *Можно было просто наслаждаться тем, как они ведут себя на сцене, – танцуют, демонстрируют элементы боевого искусства ушу, бегают наперегонки, дурачатся, корчат рожи и показывают неприличные жесты и одновременно при всем при этом еще и поют!*; *Игра туловищем – это различные положения шеи, плеч, груди, спины, поясницы и ягодиц*; *Артисты пекинской оперы должны владеть целым рядом условных приемов сценического искусства, таких как пение, диалог, пантомима и акробатика*. Цитирование китайских театральных пословиц также косвенно отражает представление о тяжелой работе актеров: *Театральные пословицы гласят: «пой для вассала, декламируй для господина» или «пой хорошо, говори великоленно»*; *Есть такая театральная пословица: «Тело заключается в лице, лицо заключается в глазах»*; *И еще одна: «Если в глазах нет духа – человек умер внутри своего храма»*; *Пословица говорит об этом: «Одно движение или сто – начало в пояснице»*. В текстах блогов об опере автор представляет график тренировок (репетиций) актеров для описания их тяжелой работы и профессиональных трудностей: *5 утра – Подъем и начало тренировок. 8 утра – Завтрак и уроки пения. 10 утра – Выступления на сцене. 12 дня – Обед и перерыв. 1 дня – Выступления на сцене. 5 вечера – Душ. 7 вечера – Выступления на сцене. Полночь – Ужин, отбой*.

Для констатации высокой положительной оценки мастерства китайских актеров блогеры используют определения, подчёркивающие успех, называют имена известных за границами Китая оперных артистов: *Артисты оказались **замечательные!**; То прекрасно видно, как временно не участвующие в действии артисты общаются между собой, переодеваются или – вероятно, **самые талантливые** из них – настраиваются на очередной выход к публике; Вместе с тем в стране появляются **талантливые** оперные актеры, в частности, **известная** певица **Го Ланьинь**; Мэй Ланьфан – **всемирно известный** китайский актёр; В 1935 году **известный** Китайский актер, **мастер перевоплощения**, прославившийся исполнением женских ролей **Мей Ланьфан** посетил Советский Союз. Наречие *специально*, словосочетание *высоко ценятся* и однородные члены предложения подчёркивают популярность и профессиональную исключительность китайского актера: *Европейские драматурги **специально** приезжали в СССР чтобы посмотреть выступление труппы **Мей Ланьфана** и обменяться мнениями и соображениями по поводу **Искусства**; **Искусство и личность Мэй Ланьфана** и по сей день **высоко ценятся** жителями Китая; **Ли Юйган** – **театральный актёр и режиссёр, певец и композитор**.**

4. Отклики зрителей.

В изученных текстах об опере похвала в адрес актеров, выражение эмоций, чувства радости, полученного удовольствия, будучи выражением субъективной оценки, также способствуют созданию позитивного медиаобраза Китая в части, связанной с оперным искусством. Положительно-оценочная модальность передается посредством слов и

устойчивых словосочетаний, соответствующей семантики: *В любом случае артисты и музыканты заслужили громкие и продолжительные аплодисменты; Нам оставалось лишь также выразить свое искреннее восхищение; Их долго не отпускали со сцены; Со всех сторон раздавались крики «браво» (кричали, конечно, по-китайски, но по лицам видно было, что люди выражают именно восторг); (один вид китайского оперного представления. – М.Ю.) наиболее зрелищен и интересен широкому, в том числе и западному, кругу зрителей; глубоко затронет чувства китайских и российских зрителей; (опера) производит на зрителя незабываемое впечатление.*

Сила воздействия спектакля на зрителя репрезентируется лексическими единицами и словосочетаниями, выражающими чувства, эмоции: *чувство потрясения, долгие овации, слёзы; встряхнули: Я вообще не мастер писать какие-то отзывы, но сейчас заканчиваю и снова ощущаю то чувство потрясения, которое я испытала, когда спектакль закончился; Мне казалось, что меня просто в какой-то момент взяли и хорошенько так встряхнули, и всё время, пока шли долгие овации всей труппе я пыталась остановить слёзы.*

5. Субъективные оценки авторов текстов. Наиболее часто пожелания блогеров, обращенных к участникам и создателям китайской оперы, выражаются глаголами *надеяться и хотеть*, наречием *очень*: *Мы также надеемся на новое блестящее будущее китайского оперного искусства; В общем я очень хочу еще сходить в китайскую оперу.*

Внутренние чувства блогеров передаются словосочетаниями с прилагательным в превосходной степени, существительными *радость, неожиданность* и словом

категории состояния *жаль*: *Так и остался в моей памяти этот никому не известный городок как самое яркое впечатление от Китая; Так что с радостью оказался на острове китайской атмосферы посреди холодного Санкт-Петербурга; Жаль, что они редко к нам приезжают; Вот актёр, сыгравший Горацио, стал для меня приятной неожиданностью.* Автор использует безличное предложение и лексику, выражающую благодарность, уважение к актёру и своё удовлетворение оперой. *У меня в мыслях не осталось больше ничего, кроме огромной благодарности к человеку, который больше трёх минут стоял, склонившись до земли под аплодисментами зала, и понимая, что это нам стоило бы склониться.*

Восклицательные предложения, используемые авторами блогов, подчеркивают чувства радости, восторга и восхищения, которые они испытали во время спектакля: *Китайская опера – для всех!; И весь этот передвижной, но настоящий театр выступает совершенно бесплатно!; Экзотика добралась до Санкт-Петербурга, в виде китайской традиционной оперы!*

Значимым средством выражения оценки являются названия анализируемых текстов, которые, как правило, включают оценочную лексику. *«Прекрасная» опера из провинции Чжэцзян; 10 малоизвестных фактов о китайской опере, которая пока остается загадкой для всего мира.* Выделенные слова и словосочетания свидетельствуют о том, что иностранными любителями искусства китайская опера расценивается как интереснейший феномен.

Известно, что культура каждого народа, характеризуясь своеобразием, воспринимается представителями другой

культуры по-разному. Указанный факт объясняет имеющиеся в текстах блогов отрицательные оценки китайской оперы. Среди 26 текстов блогов, посвящённых китайской опере, четыре публикации содержат негативное отношение авторов к данному виду искусства. Так, блогеры используют слова *взрываться, завывание, несносный*, высказывания *не могу сказать, что понравиться; лучше не слушать; долго подобное я слушать не смог бы; к опере прохладно отношусь; с трудом выдержать; не для слабонервных; без пения было бы лучше*, выражающие чувства недовольства по поводу характера пения в китайской опере: *Не могу сказать, что китайская опера мне понравилась; Я с трудом выдержала первое отделение, но мой мозг определенно не то взорвался, не то расширился; Только для китаистов, остальным лучше не слушать. И хотя долго подобное я слушать не смог бы (хотя в целом к опере прохладно отношусь); Но когда начались пения... не, не пения, для советского уха это больше походило на завывания; В общем, те части с пением были несносными; В общем, я вам скажу, зрелище не для слабонервных; Время пролетело достаточно быстро, хотя без пения было бы лучше.* Автор объясняет неприятие восприятия услышанного различиями в представлении о том, что называется оперой в разных странах – в данном случае в России и Китае. *Оказалось, что это совсем не похоже на нашу советскую оперу.* Об этом же свидетельствует словосочетание *для советского уха* в приведённом выше примере.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о разнообразии языковых средств описания китайской оперы. В текстах блогов используются выразительные

возможности единиц разных уровней языка: лексика с семантикой оценки, качественные прилагательные, числительные, наречия, существительные с абстрактной семантикой, собственные имена существительные, однородные члены предложения, восклицательные предложения.

Впечатления блогеров, рассмотренные в текстах о китайской опере, создают фрагмент медийного образа Китая, который авторы представляют как страну с древней историей и богатой уникальной культурой. Своеобразное оперное искусство Китая не только занимает важное место в мировом искусстве, но и ярко, содержательно отражает специфику загадочной китайской души.

2.1.2. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о китайской музыке

Китайская музыка является одной из древнейших в мире. Китайская музыка, зародившаяся в условиях трудовой деятельности, с древности до сегодняшнего дня играет важную роль в жизни и в обществе.

Разные аспекты музыкальной культуры Китая активно изучаются в работах китайских и российских ученых (Д. Ван, Л. Фэн, Ч. Лю, Н.Ю. Симоненко, Л. Лю, О.Ю. Горбачка). Она отражает мировоззрение, ментальность, духовный мир народа. Как отмечают ученые, «китайская музыкальная культура несла в себе специфическую качественную характеристику китайской культурно-цивилизационной системы, что сохраняется и в современной КНР» [Аотгенхуар, Сум, Калинина 2021, с. 181]. В китайской музыке полностью отражаются национальная культура, философская

концепция. С древних времен музыка Китая вбирала в себя основные культурные концепции и культурные универсалии [Аотгенхуар, Сум, Калинина 2021, с. 179].

Молодой китайский исследователь Д. Ван пишет о связи между музыкой, философией и китайской культурой: «Слово “юэ” (музыка) в Древнем Китае, как и в других странах Древнего мира, выражало довольно широкое по содержанию понятие, включающее поэзию и танцы, живопись, гравюру, архитектуру и даже церемониал, охоту и сервировку стола. Для музыкальной эстетики Китая и других цивилизаций в целом характерна тесная связь философских идей с мифологией, эпосом, поэзией... Помимо того, в древнем Китае музыка составляла важнейший элемент воспитания и входила в число наук, обязательных для изучения. Она непосредственно вытекала из ритуала, была неотделима от этики и всего того, что мы называем внутренней красотой или благородством. Благородство души воспитывалось прежде всего музыкой» [Ван 2004, с. 9]. Отмеченные факты подтверждают, что китайская музыка очень тесно связана с философией. Конфуцианство как этико-философское и политическое учение является мировоззрением, идеологией, образом жизни Китая.

В философской мысли Конфуция музыка – «это средство установления гармонии между Землей и Небом, ибо звуками пронизан весь мир. Иначе музыка – это средство гармоничного управления обществом и государством» [Ген-Ир 2009, с. 142]. Наряду с конфуцианством ведущим направлением китайской философии является даосизм [Там же, с. 143]. Исследователь отмечает, что с точки зрения даосизма музыка имеет космологическое значение и большое влияние на

природу. В то же время «даосизм отвергал эмоциональное воздействие ее на человека» [Ген-Ир 2009, с. 143].

Таким образом, традиционно считается, что китайская музыка играет воспитательную роль (формирует нравственные качества и совершенствует духовность), эстетическую (удовлетворяет потребность в наслаждении), политико-идеологическую (создает единую и гармоничную социальную атмосферу). Музыка становится важной частью китайского образования, является обязательным предметом в школах. «Главной целью музыкального образования в Китае является духовно-нравственное воспитание детей через приобщение к музыкальной культуре как важнейшей составляющей гармонического формирования личности» [Хуан 2015, с. 106].

Китайская музыка с давних пор вызывает интерес у зарубежных ученых. Советский филолог-китаист В.М. Алексеев писал: «...музыка Китая – сплошная для нас загадка» [Алексеев 1982, с. 308]. В китайской музыке «существует большое количество своеобразных жанров и форм, неизвестных западноевропейской музыке» [Брагина, Ван 2021, с. 65]. В настоящее время с развитием глобализации диалог в сфере искусства, в том числе в музыкальной сфере, позволяет осуществлять обмен лучшими художественными достижениями и ценностями разных культур. Например, в некоторых российских вузах студенты обучаются китайской музыке. П.В. Гайдай выделяет трудности и проблемы культурологического и методического характера в процессе обучения китайской музыке в России. Ученый отмечает, что для изучения китайской музыки необходимо обладать историко-философскими и искусствоведческими знаниями, что

студенты и преподаватели слабо ориентируются в творчестве китайских композиторов; крайне недостаёт понимания инструментально-исполнительских традиций, исторически сформировавшихся в Китае [Гайдай 2011, с. 27]. Приобщение к китайской музыкальной культуре позволяет «развивать восприятие нового для большинства студентов музыкально-интонационного стиля; изучать его как одно из направлений развития музыкального искусства на современном этапе; рассматривать развитие музыкальной культуры как целостное явление в контексте взаимодействий с европейской культурой, как диалогическое взаимодействие культур» [Там же, с. 28].

Обращение к текстам о китайской музыке обосновано тем, что через призму китайской музыки также раскрываются китайская культура, национальное мышление, что способствует формированию представления о Китае в целом.

Медиаобраз Китая в русскоязычных текстах блогов о музыке создаётся посредством раскрытия разных аспектов этого вида искусства.

1. Значимость китайской музыки. Как упоминалось выше, китайская музыка является неотъемлемой частью культуры, китайский народ придает ей большое значение. *Эта древняя музыка высоко почитаема в китайской культуре уже много тысяч лет и является образцом совершенства музыкального искусства. В традиционной китайской культуре важное место отводилось музыке – по-китайски – юэ; Музыка всегда играла очень важную роль в китайской культуре и философии.* Авторы указывают на долгую историю китайской музыки: *Традиционной музыке Китая насчитывается несколько тысяч лет.* Значимость музыки для

китайцев и их любовь к данному виду искусства подчёркивается словосочетанием *музыкальная нация*: **Китайцы – очень музыкальная нация; Здесь поют в кафе, на улице и в офисах, даже сам китайский язык тоновый и очень музыкальный.** Важно отметить, что вторая часть приведённого в качестве иллюстрации высказывания устанавливает связь между музыкой и языком. В одном из проанализированных текстов приводятся интересные факты о требованиях, предъявляемых в древности к правителям Китая, и отношении к музыке Конфуция: **В число умений образцового правителя входили такие вещи как владение кистью, написание стихов и конечно умение музицировать; Получение удовольствия через прослушивание музыки воспевалось Конфуцием.**

Описание китайской музыки выражает уникальность культуры Китая и ее влияние на мир: *Именно использование пентатоники* (китайское музыкальное понятие, обозначает совокупность звукоряда. – М.Ю.) *придаёт китайской музыке такое своеобразие и неповторимую «окраску», которая делает её легко узнаваемой для нашего слуха. Эта пятизвучная «китайская гамма» стала основой музыкального языка Китая и впоследствии получила распространение во всех странах Дальнего Востока.*

2. Разновидности музыкальных инструментов. На протяжении долгой истории развития китайской музыки создавались разнообразные национальные инструменты. Разнообразие материалов, издающих звуки, репрезентируется однородными членами предложения, выраженными существительными и прилагательными: *Музыкальные инструменты в Китае подразделяются на восемь категорий по*

материалам, с помощью которых извлекается звук: **шёлк, бамбук, дерево, металл, камень, тыква-горлянка, кожа, земля (глина)**; Различают инструменты в основном по составу, из которого они сделаны: **шёлковые, бамбуковые, каменные, деревянные, кожаные и глиняные**. Автор также использует имена числительные для описания множества видов традиционных китайских музыкальных инструментов: *Инструментарий включал свыше 100 разновидностей музыкальных инструментов, среди которых особая роль принадлежала ударным, из-за их взаимосвязи с древнейшей религиозно-обрядовой стороной музыки.*

В китайской музыкальной культуре инструменты разделяются по способу исполнения на духовые, щипковые, ударные и струнные [Ду 1987, с. 46]. Для знакомства с китайскими классическими музыкальными инструментами и произведениями используются их названия: *На классических инструментах (флейты сюнь, сяо, дицзы и струнные цинь и эрху) исполнители представили зрителям небольшие «музыкальные картины» с загадочными названиями: «Песня царства Чу», «Истинная чистота», «Осенняя луна над тихим озером», «Три покачивания цветов сливы мэй», «Тройные ворота Янгуань». Имя прилагательное загадочные отражает восприятие китайской музыки как необъяснимой и таинственной.*

Уникальность китайской музыки связана с уникальностью самих инструментов: *Гуцинь – это старинный струнный инструмент, и он заслуживает такого названия: этому инструменту более 3000 лет! Он занимает центральное место в китайской культуре и даже был признан ЮНЕСКО шедевром нематериального наследия*

человеческой цивилизации; Гучжэн ещё один щипковый инструмент, для игры на нём применяют плектры (похожи на гитарные медиаторы); Шэн имеет чёткое сходство с обыкновенной губной гармошкой, однако учёные считают его древнейшим музыкальным инструментом среди духовых; Дяньгу – плоский барабан, может показаться обычным бубном, так как к нему прилагаются специальные колотушки, что очень напоминает всеми известный нам инструмент. В приведенных примерах имя числительное более 3000 лет и прилагательные старинный, древнейший отражают богатую историю китайской музыки; словосочетание признан ЮНЕСКО шедевром нематериального наследия человеческой цивилизации подчеркивает значимость музыки в китайской и мировой культуре.

С древних времен китайский народ наслаждался национальной музыкой, исполняемой на разнообразных инструментах. К числу самых древних относятся щипковый инструмент *цин* и духовой *сяо*, это отражается в словосочетании *высокая традиция: Цинь и сяо представляют китайскую музыку высокой традиции; Цинь – инструмент похожий на гусли (по форме, но не по звучанию), сделанный из дерева с шелковыми струнами; Сяо – продольная флейта из бамбука.*

Обращается внимание на сочетание музыкальных инструментов: *прекрасный дуэт, сочетание тембров: Шелк и бамбук оказались прекрасным дуэтом; С древности китайцы высоко ценят утонченное сочетание тембров цитры и флейты.*

Чтобы описать неизвестные русскому читателю традиционные китайские музыкальные инструменты, автор прибегает к поиску сходства их с другими, известными, например:

инструмент, похожий на гусли (цинь), лютию (пина), продольная флейта из бамбука (сяо), двухструнная скрипка (эрху). Зрители услышат, как звучит пина – китайский 4-струнный щипковый музыкальный инструмент типа лютии; И эрху – двухструнная скрипка, которая своим звучанием способна передать даже великую трагедию.

Среди самых старинных инструментов называется сюнь. Его долгая история описывается с использованием количественных числительных: *Так вот, это – китайская флейта 埙 хун (сюнь); Насчитывает уже 7000 лет от роду и ведет свою родословную от манка для приманивания птиц и зверей; Уже 3000 лет назад этот духовой инструмент входил в состав императорского оркестра.*

Китайская музыка и ее инструменты тесно связаны с религией. Это выражается в словосочетаниях *сакральное искусство* и ассоциируется с появлением религии и разного рода ритуалов; часть магических ритуалов и особое, сакральное значение: *Музыка рассматривалась как сакральное искусство, и ее теория разрабатывалась очень тщательно; Колокола бяньчжун – благородный музыкальный инструмент, ассоциируется у китайцев с появлением религии и разного рода ритуалов. В глубокой древности музыка в Китае рассматривалась как часть магических ритуалов и, в этой связи, ей придавалось особое, сакральное значение.*

Музыкальные инструменты глубоко символичны, для описания этого факта используются имена существительные с абстрактной семантикой: *Китайцы считали, что звук гуциня (один из видов музыкальных инструментов. – М.Ю.) помогает воспитанию честности, строгости,*

требовательности к себе; А в даосизме игра на гуцине расматривалась как одна из форм самосовершенствования.

Символизм также выражен в музыкальной гамме, специфика которой передаётся однородными членами предложения: *Пять звуков пентатоники также несли определённую символическую нагрузку. Каждый звук пентатоники получил своё название: 1 – «дворец»; 2 – «совет»; 3 – «рог»; 4 – «собрание»; 5 – «крылья». Кроме того, этот звукоряд связывался с пятью основными цветами, планетами, сторонами света, первоэлементами и др.*

3. Субъективные оценки авторов. Внутренние чувства авторов блогов передаются словосочетанием *одно удовольствие*, образным сравнением с успокаивающимися волнами, глаголами, семантика которых выражает внутреннее умиротворение, позволяющее отстраниться от внешнего мира: *Одно удовольствие слушать эту музыку... Как будто волны в пространстве успокаиваются, все элементы гармонизируются, и даже не обращаешь внимания на однообразный стук молота у рядом строящейся многоэтажки.*

Влияние музыки на духовное состояние слушающего выражается устойчивой конструкцией со словом *душа*, производными от этого слова, а также именной и глагольной лексикой, создающей ощущение тишины и покоя: *Музыка, проникающая куда-то в глубины души и фантазии, что заставляет сидеть тихо-тихо; Она отлично успокаивает и настраивает на душевное равновесие.*

Высокая оценка китайской музыки и любовь к данному виду искусства выражаются краткой и полной формами прилагательных *божественный, красивый, нежный,*

интересный, прекрасный, гармоничный, изящный; прилагательным в превосходной степени *самый необычный*; существительным *фанат* и фразеологизмом *брать за душу*: **Но музыка божественна!**; *И конечно самым необычным и интересным было живое исполнение на национальных китайских инструментах*; *Я – фанат китайской традиционной музыки после поездки в Пекин*; *Однако понятие «юэ» обозначало не только музыкальное искусство, но и «искусство вообще», а также всё прекрасное, гармоничное, изящное, хорошо организованное (сотворённое)*; **Очень красивая китайская традиционная музыка**; *Такая нежная музыка, что за душу берёт.*

Авторы текстов, с одной стороны, выражают искренний интерес к музыкальному искусству Китая: **Меня давно занимала музыкальная культура Китая**, *страны древней и пронизанной традициями во всех направлениях*; с другой стороны, отмечают необычный характер китайской музыки, её «чужеродность»: **Не слишком привычная нашему уху музыка**, *рассыпающаяся колокольчиками и шепотом ветра*; **Странная, необычная**, *заставляющая вспоминать о высоких вершинах, звездах и неведомых просторах*; *Китайское звучание характерно резкими тембрами, а если играет ансамбль, то из-за плохой сочетаемости обертонов, эффект шероховатости усиливается*; **Слишком необычен для нас способ извлечения звука из этого столь простого по форме инструмента**; **Китайская музыка такая загадочная.**

Русские авторы блогов передают свое понимание китайской музыки как неотъемлемой части культуры данного народа. Для описания используются языковые средства

лексического, морфологического и синтаксического уровней языка, обладающих высоким прагматическим потенциалом.

2.1.3. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о китайской каллиграфии

Китайская каллиграфия изучается российскими учёными в разных аспектах. Так, вопросы о возникновении каллиграфии, этапы ее становления и развития затрагиваются в работе Т.А. Кремневой (2018). В.Г. Белозерова рассматривает традиции данного искусства как уникальный и целостный культурно-исторический феномен. Ученый подчеркивает важность каллиграфии в культуре Китая. По мнению автора, она «с древности по XX в. включительно выполняла основную стилеобразующую функцию, в связи с чем без знания каллиграфической истории и эстетики невозможно полноценное исследование изобразительного искусства Китая и китайской культуры в целом» [Белозерова 2004, с. 3]. Е.А. Тупичкина и Е.М. Куланина акцентируют внимание на дидактическом потенциале и реформе обучения каллиграфии в разные периоды развития китайского образования. Отмечается, что обучение каллиграфии позволяет формировать эстетический вкус, развивать структуру мозга и познавательных способностей и преодолевать негативные эмоциональные состояния [Тупичкина 2020, с. 79]; поэтому обучаться каллиграфии можно на всех образовательных ступенях (в начальных и средних школах, в университетах, в пожилом возрасте) [Куланина 2019, с. 145–150].

Как упоминалось выше, каллиграфия отражает духовный мир человека, поэтому она тесно связана с философией. Взаимосвязи даосской философии и традиционной китайской каллиграфии изучаются А.И. Донченко. Исследователь замечает, что «основной идеей даосской философии является стремление к естественности. В искусстве каллиграфии естественность является самым высоким стандартом» [Донченко 2019, с. 54]. Из представленных работ следует, что каллиграфия как художественная форма письма является культурным сокровищем китайского народа и вызывает большой интерес исследователей.

Медиаобраз Китая в исследуемых текстах создается посредством актуализации 4 аспектов описания искусства каллиграфии: долгая история китайской каллиграфии; каллиграфы старшего и нового поколений; значение каллиграфии в восточном и мировом искусстве; субъективные оценки авторов текстов в отношении китайской каллиграфии.

1. Долгая история китайской каллиграфии. В изучаемых текстах блогов отмечается, что каллиграфия – это одно из древнейших искусств Китая, она имеет различные стили, у каждого стиля своя многовековая история. Важную роль в воплощении этой характеристики играют числительные, лексика с темпоральным значением, специальная терминология рассматриваемой тематики: *чжуаньшу* – иероглифы печати, он появился в *VIII* веке до н.э.; стиль *кайшу* появился чуть *больше 2000 лет назад*; стиль *лишу* зародился в *III* веке до н.э. Автор блогов активно использует имя прилагательное *древний* и его превосходную степень *древнейший*, отражающие долгую историю различных стилей данного вида искусства: *один из древнейших стилей* (о стиле

чжуаньшу); Он тоже **довольно древний** (о стиле лишу); Древние тексты, надписи в стиле дачжуань наносились на бронзовые ритуальные сосуды, которые особенно широко были распространены **в середине II – середине I тысячелетия до н.э.**; **В конце III века до н.э.**, при императоре Цинь Ши-хуанди, был установлен официальный стиль письма сяочжуань.

2. Каллиграфы старшего и нового поколений. Для характеристики известных каллиграфов используются антропонимы, например, называются каллиграфы старшего поколения: *Появилось большое число художников-каллиграфов, **элегантный стиль Ван Сичжи отвечал самым высоким литературным стандартам**; Искусство **Ван Сичжи** полностью передает дух стиля **Вей Цзинь**, Кроме того, он был **наиболее влиятельным каллиграфом в истории**; Крупнейшим мастером стиля бафэнь был **Цай Юн**; Самый прославленный каллиграф в истории китайской каллиграфии – мастер **Ван Сичжи**; **Знаменитый мастер** каллиграфии **Ли Си** смог преобразовать шрифт малой печати; Один из представителей направления, **Янь Чжэньцин**, разработал стандарт для этого вида шрифта; **Талантливый** художник **Су Донпо** представляет новую идею; Работы каллиграфов **Чжу Да** и других по-прежнему передавали внутренние переживания и настроения.* Высокая оценка китайских каллиграфов, как показывают приведенные примеры, отражается рядом имен прилагательных в формах положительной и сравнительной степени: *элегантный, самый высокий, наиболее влиятельный, знаменитый, талантливый.*

В исследуемых текстах подчеркивается большой вклад Мао Цзэдуна как каллиграфа нового поколения. Ценность

каллиграфических работ китайского государственного и политического деятеля, главного теоретика маоизма и основателя КНР, автор текста связывает с особым эмоциональным воздействием. Это передается оценочными словосочетаниями: *Благодаря Мао Цзэдуна большую популярность получил жанр эпиграфа, его каллиграфические работы производят большое впечатление на людей, а также несут важное значение.* Оценка исключительности и характеристики стиля Мао Цзэдуна выражается оценочными прилагательными, которые выстраиваются в ряды однородных членов предложения: *Мао Цзэдун разработал собственный уникальный каллиграфический стиль, энергичный и величественно прекрасный; Его стиль героический, сильный, мощный, с меняющимся направлением движения.*

Для знакомства с характеристикой разных стилей китайской каллиграфии используются имена собственные (названия стилей) и имена прилагательные: *Древнейшим образцом каллиграфии служит стиль письма на гадательных костях и панцирях черепах – цзягувэнь и гувэнь – древнее письмо; В постханьское время быстро вырабатываются еще три важнейших стиля китайской каллиграфии: кайшу – регулярное письмо, синшу – рабочее, обычное, деловое письмо и цаошу – так называемый травянистый стиль – скоропись.*

3. Значение каллиграфии в восточном и мировом искусстве. Особое место каллиграфии в китайской и мировой культуре и её (каллиграфии) философская сущность передаются посредством специальной лексики, составляющей словосочетания из сферы философии и культурологии: *Искусство каллиграфии представляет собой не только единство*

эстетических представлений китайской культуры, но и квинтэссенцию китайского мировоззрения и метафизических концепций; Каллиграфия воплотила в себе сущность восточной культуры и красоту восточного искусства; Каллиграфия – наследие мировой культуры; Каллиграфией называют искусство красивого письма, мастерство изображения слова; Китайская каллиграфия – это удивительное и неповторимое явление в истории мировой цивилизации, уникальная жемчужина культуры Востока.

Высокая оценка китайской каллиграфии выражается средствами художественной выразительности. *Это искусство – предмет гордости китайского народа.* Отмечается, что каллиграфия для китайцев очень важна и отражает душевные качества человека, для описания этого факта автор использует цитирование известного восточного афоризма: *Известный восточный афоризм гласил: «Красота человека – в красоте его письма».* Можно предположить, что образность китайского языка оказывает влияние на речь русскоязычных блогеров, которые в выражении своего восприятия каллиграфии как искусства часто прибегают к метафоре: *каллиграфия – это не чистописание, а путь познания длиной в жизнь; каллиграфия – прекрасный цветок китайского общества.*

4. Субъективные оценки авторов текстов. Субъективные оценки авторов репрезентируются именами прилагательными в краткой и полной формах: *загадочно, таинственно, интересный;* глаголами: *наслаждаться, интересоваться;* абстрактным существительным *красота: Для нас, русских, это искусство загадочно и таинственно; красиво написанный иероглиф или строка из стихотворения*

свидетельствовали о красоте мысли и духа; Мне все больше и больше нравилась красота китайских иероглифов; А мы наслаждались красотой иероглифов; Оно давно интересовало меня.

Многие высказывания авторов передают не только восхищение китайской каллиграфией, но и сильное эмоциональное воздействие. Отмеченные чувства реализуются наречием *невероятно* в сочетании с другими наречиями, выражающими эмоцию: *В древнем Китае искусство каллиграфии ценилось невероятно высоко; А ещё это искусство невероятно медитативно.* Кульминацией эмоционального воздействия считаем использование фразеологизма со словом *душа*: *Примеры каллиграфии очень красивы, прямо за душу цепляют.*

Изучаемые тексты свидетельствуют о том, что русскоязычные авторы, как и сами китайцы, расценивают каллиграфию как вид искусства: *В углах залов стояли такие вот интересные арт-объекты* (о работах, выполненных в жанре каллиграфии).

Проведённый анализ показал, что русскоязычные авторы блогов передают своё понимание каллиграфии как уникального художественного выражения красоты, которую определяет китайская культура. В текстах блогов об искусстве каллиграфии разными вербальными средствами создаётся медиаобраз Китая как страны с особой философией и мудростью.

2.1.4. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о китайской живописи

Живопись является одним из древнейших видов искусства Китая и характеризуется разнообразной символикой и

глубоким смыслом. Как отмечается в научной литературе, она «обладает неповторимым своеобразием, лежащим в основе китайской культуры» [Яковлева 2012, с. 262], представляет фрагмент образа этой страны [Тимофеева 2016]. Китайская живопись и ее проблемы активно изучаются в работах по искусствоведению (Н.Ф. Яковлева, Х. Чай, В.Г. Белозёрова и др.). Как замечают Н.Ф. Бурмистрова и Ю.В. Иванова, традиционная китайская живопись – это «уникальное культурное явление, основные особенности которого сохраняются на протяжении длительного времени» [Бурмистрова, Иванова 2018, с. 80]. Изучение китайской живописи способствует пониманию национального характера народа, традиций страны и менталитета этноса.

В исследованном материале выявлены основные аспекты описания китайской живописи.

1. Место живописи в китайской и мировой культуре. Китайская живопись, зародившаяся в древнем Китае, имеет долгую историю. Для акцентуации этого в текстах используется темпоральная лексика, указывающая на наименования империй и даты событий. *Из гробницы периода **враждующих государств (475–221 гг. до н.э.)** была раскопана картина; Была раскопана гробница, датируемая **династией Цзинь (265–440 гг. н.э.)**, на бумаге был обнаружен цветной рисунок; История китайской живописи насчитывает по меньшей мере **5 тысячелетий**; Живопись в Китае начала зарождаться в **V–VII веках**.*

Китайская живопись занимает важное место в мировой культуре, и это утверждается словосочетаниями *значительный вклад, культурное наследие: Китайская классическая живопись стала **значительным вкладом** в*

художественную культуру человечества. Живопись Китая как важная часть культурного наследия страны характеризуется своеобразием, отличается от западной. Лексическими маркерами уникальности искусства становятся слова не похожа, отличается, большое своеобразие. Выражаемые ими значения усиливаются наречиями очень сильно, разительно, существенно, совершенно: Китайская живопись разительно отличается от западной не столько набором технических средств, сколько принципиально отличным художественным языком, куда более условным и декоративным; Очень сильно не похожа на нашу школу; Традиционная китайская живопись существенно отличается от западной; Она отличается большим своеобразием и совершенно отлична по материалу, технике и художественным средствам от европейской живописи.

2. Содержание и жанры китайской живописи. Китайскую живопись по стилевым особенностям можно разделить на два основных направления: *В китайской живописи существует два стиля, широко распространенных в Китае и взаимно дополняющих друг друга: гунби и се-и.* В изучаемых текстах блогов отмечается, что в китайской живописи стили гунби и се-и – два совершенно разных стиля: гунби соотносится с чёткими требованиями к технике, а се-и более свободен. Для объяснения этих терминов авторы используют:

1) образные высказывания: *се-и – живопись мысли, и гунби – тщательная живопись; гунби – прилежная кисть и се-и – живопись идей;*

2) лексические единицы, соответственно, квалифицирующие жанры: *тщательно и экспромт: Для картин в стиле «гунби» («тщательная кисть») характерно наличие*

тщательно выписанных контурных линий, обрисовывающих предметы и детали, на картинах такого стиля **можно считать волоски в бороде у старца**; Именно в стиле «се-и» работали художники, писавшие **экспромтом**, по наитию, под влиянием **сиюминутного настроения**. Стремясь передать различия между двумя художественными стилями (манерами письма), авторы текстов описывают также разные типы художников: *Стиль «гунби» был обязательным для профессиональных художников, тогда как стиль «се-и» оказался предпочтительным у художников-интеллектуалов.*

При описании специфических характеристик двух направлений живописи в текстах используются ряды определений: *Первый стиль (се-и. – М.Ю.) характеризуется простыми, размашистыми и жирными штрихами, предназначенными для представления преувеличенного сходства объектов, а второй (гунби. – М.Ю.) – тонкой кистью и пристальным вниманием к деталям; Первому стилю (гунби. – М.Ю.) присуща тонкая и подробная графическая манера письма с тщательным накладыванием красок; Второму (се-и. – М.Ю.) – свободная эскизная манера письма широкой кистью.* Использование наречия взаимно указывает на отношение между этими стилями: *Эти два стиля взаимно дополняют друг друга.* Для выражения оценки двух направлений используется имя существительное *красота*: *Используя разные техники, две школы пытаются достичь одной цели – создания красоты.*

Особенностью китайской живописи является контаминация идей, обусловленная репрезентацией различных форм общественного сознания. Осмысление мировоззренческих концепций, представленных в живописи, в текстах

осуществляется с использованием синтаксических конструкций: однородные члены предложения, выраженные прилагательными и существительными, образуют синтаксические ряды. Это позволяет авторам более детально раскрыть философию китайской живописи: *Картины этого периода носят строго религиозный или мифологический характер; В различные периоды развития живописи на неё наложили свои отпечатки конфуцианство, даосизм и буддизм.* Китайская живопись тесно связана с каллиграфией, что в исследуемых текстах подчеркивается выражениями *столько общего, немыслима без каллиграфии* и стилистическим приемом олицетворения: *Китайская живопись была немыслима без каллиграфии; Между китайской каллиграфией и живописью столько общего, что они считаются родными сестрами.*

В традиционной китайской живописи отражаются результаты познания народами Китая природы, общества, нравственности. Этот тезис, указывающий на содержательную сложность китайской живописи, выражается благодаря прилагательному *глубокий*: *В образах китайской живописи часто воплощаются глубокие философские идеи.*

Авторы блогов акцентируют внимание на отраженных в живописи этнокультурных различиях китайского и русского народов: *В Китае не существовало натюрморта в привычном для нас смысле, неподвижные предметы с точки зрения китайцев мертвы без динамики движения жизни и времени.* Эта идея формулируется с помощью высказывания с двойным союзом *если, то*: *Если рисовали камни или фрукты, то рядом с камнем всегда растение, а фрукты всегда на ветке.* Наречие *всегда* подчеркивает эту особенность. Для

акцента на необычности, своеобразии художественных приёмов китайских художников используется словосочетание *иной мир*, и раскрывается этот художественный мир через призму неожиданных цветовых решений, используемых авторами картин: *Картина – это иной мир, где трава может быть черной, а лица людей – красными.*

Некоторые живописные образы являются символами, указывающими на несколько отвлеченных понятий. Авторы блогов так же, как и исследователи (например, Ц. Ван, М.А. Маркова), выделяют *символизм* как важную особенность китайской живописи и актуализируют важность понимания символики китайской живописи: *Картины китайских художников всегда полны символизма; Тот, кто не понимает смысла иносказаний, не может постичь китайскую живопись.*

В проанализированных текстах многообразии жанров и мотивов живописи подчеркивается наречием *довольно* и краткой формой прилагательного *разнообразны* (*Жанры китайской живописи довольно разнообразны*), однородными членами предложения (*В традиционной китайской живописи установились определенные жанры: пейзаж «горы и воды», живопись «цветов и птиц», портрет и анималистический жанр*).

Известно, что цветы (растения) и птицы в китайской традиционной живописи обладают древними символическими значениями, что подчеркивается в текстах именами существительными с абстрактной семантикой: *Пион символизирует собой богатство, слива (мэйхуа) – жизнестойкость, бамбук – мудрость, сосна – долголетие, хризантема – целомудрие; журавль – символ долголетия; сорока – символ*

счастливой вести; голубь – символ **мира**; селезень с уткой, две рыбки, две бабочки, два цветка лотоса на одном стебле – символы **супружеского счастья**; лотос – символ **внутренней чистоты**; множество цветов – символ **расцвета** китайского искусства.

Животные и фрукты также имеют символическое значение: Лев – символ **мощи и благодетства**; черепаха, старые камни – символы **долголетия**; персик – символ **долголетия и бессмертия**; рыба карп – символ **пожелания счастья и успехов**; гранат – символ **пожелания большого мужского потомства**.

3. Статус художника и мастерство. С целью подчеркнуть статус художника используются словосочетания, указывающие на интеллектуальную одаренность живописцев, на их творческие и административные способности: *Древние китайские художники были **весьма одаренными людьми***; *Также большинство художников были **высокопоставленными чиновниками** и занимали **важные посты на государственной службе***; *В Китае художники всегда были **высокообразованными людьми***.

При описании известных деятелей китайской живописи часто упоминаются их личные имена, благодаря чему имя художника вписывается в историю Китая: *В эпоху Цин жил и другой известный мастер Лю Юань 刘源, известный своей экспрессивной манерой изображения бамбука*; *Среди известных художников можно назвать Чжан Цзыцяня – (展子虔) из эпохи Суй, Ли Сысюнь (李思训), У Даоцзы (吴道子).*

Главной чертой живописи и основным требованием к художнику является выражение его внутреннего мира. Эта мысль подчеркивается наречными и глагольными

словосочетаниями: *А для того, чтобы точно передать «душу», надо очень четко нарисовать глаза; Главное, что отличает китайскую живопись от европейской – это стремление передать «дух картины», или, как говорят китайцы «с помощью формы выразить настроение».*

Высокий уровень мастерства художников описывается с помощью однородных членов предложения (*Для достижения мастерства в этой области искусства требуются усердные упражнения, хороший контроль кисти, а также ощущение и знание качеств бумаги сюань и китайских чернил*) и реализуется антонимичной конструкцией: *самыми простыми линиями китайские живописцы создали произведения высокого художественного совершенства.*

4. Субъективные оценки авторов текстов. Как упоминалось выше, традиции китайской живописи существенно отличаются от традиций живописи в других странах: *Для нас сложно опознать эмоциональную насыщенность китайской живописи, поскольку у китайцев другие способы проявления чувств и другое отношение к самим этим чувствам.*

Демонстрируя личное отношение к китайскому искусству и оценивая его роль в организации своей жизни, автор прибегает к сравнению: *Мне почему то кажется что китайская живопись – это тот недостающий фрагмент пазла в моей жизни, после которого все будет складываться в нужную сторону.*

Любовь и интерес авторов к китайской живописи выражаются наречием *интересно* и глаголом *завораживать*: *Уж сколько мы будем заниматься этим делом (рисовать*

китайскую живопись. – М.Ю.), не известно. Одно известно, что нам было **интересно**; Меня китайская живопись **заворачивает** своей поэзией и созерцательностью. Привлекая внимание адресата описанием того, как живопись Китая пробуждает яркие чувства и особое внутреннее состояние, автор использует глагол *вдохновлять* и причастие *призывающий*: **Вдохновляют** даже названия картин, как бы **призывающие** остановиться и прислушаться, всмотреться, чтобы **ощутить всю красоту** момента, изображённого на бумаге.

Анализ разноаспектного описания китайской живописи в текстах блогов позволил сделать вывод о существенной роли рассматриваемого вида искусства в формировании медиаобраза Китая.

2.1.5. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о китайской художественной вышивке

Художественная вышивка также относится к древнейшим видам искусства Китая. Сохранившая уникальные традиции народного ремесла, она отражает китайскую ментальность. Многие китайские ученые, обращая специальное внимание на роль этого вида искусства в национальной культуре (Д. Чжан, Ц. Дэн, Х. Ли), утверждают, что художественная вышивка имеет многостороннюю ценность для культурного наследия страны. Этот факт отмечают также российские исследователи: «Проникая в разные стороны духовной и материальной жизни народа, вышивка ярко и многогранно выразила художественную культуру страны»

[Набока, Терешкова 2015, с. 102]. С древности до наших дней вышивка была и остается одним из символов уникального китайского искусства, поэтому в качестве официального подарка она часто преподносится главам иностранных государств, а также является популярным сувениром, который путешественники привозят из Китая.

Анализ композиционно-смысловых закономерностей построения изучаемых текстов показал, что медиаобраз Китая в них создается посредством актуализации разных аспектов китайской вышивки как уникального вида искусства, ключевое положение среди которых занимают известность и мировое признание китайской вышивки; история китайской вышивки; школы и стили вышивания; авторские оценки.

1. Известность и мировое признание китайской вышивки. Всемирная известность данного вида искусства репрезентируется посредством упоминания событий мировой значимости: *В 1915 году изображение Иисуса получило **первый приз** на Панамо-Тихоокеанской международной выставке в США; Так, в музее Востока в Москве хранится три картины, вышитые мастерами Сучжоу. Одна из них была преподнесена И. Сталину; ...портрет Елены, королевы Италии, который был преподнесен Италии в 1909 году в качестве государственного подарка, и стал настоящей мировой сенсацией.* Приведенные фрагменты текстов свидетельствуют, что средствами языковой репрезентации становятся имена собственные (названия стран и столиц государства): *Италия, США, Москва*; имена знаменитых государственных деятелей: *Елена – 3-я королева Италии в 1900–1946 гг.; И. Сталин – русский революционер, впоследствии глава государства, а также словосочетания с семантикой указания*

на мировую известность (*мировая сенсация, известна всему миру, широкая популярность*): *Китайская вышивка известна всему миру, ею нельзя не восхищаться; Китайские вышитые изделия повсюду пользуются широкой популярностью.*

2. История китайской вышивки. Вышивка является одним из самых древних видов искусства Китая. Производство шелка в Китае появилось много тысяч лет тому назад. В изучаемых текстах отмечается, что Китай – первая страна, где освоили выпуск шелковых тканей. Каждый стиль вышивки имеет многолетнюю историю развития. С целью подчеркнуть этот факт используются количественные данные, выраженные именами числительными: *Ведь ему более 3000 тыс. лет!*; *...передается из поколения в поколение более 3000 лет!*; *Одомашнивание шелковичных червей произошло более 5000 лет назад*; *Сучжоуская вышивка зародилась в городе Сучжоу свыше 2000 лет назад*; *Сычуаньская вышивка называется шусюй и уже 1000 лет назад пользовалась большой известностью*; *Китайской вышивке Су около 2000 лет*; *Согласно письменным источникам, данный вид прикладного искусства зародился в эпоху Троецарствия (Древний Китай, более 2 тысяч лет назад)*; *Сучжоуская техника шелковой вышивки появилась более 2000 лет назад.*

3. Школы и стили вышивания. Основное внимание в рассмотренных текстах уделяется школам вышивки и стилям вышивания. Отмечается, что китайская вышивка имеет много стилей, которые обладают существенными особенностями. Представление о множестве стилей данного искусства актуализируется языковыми единицами соответствующей семантики: словосочетанием *огромное разнообразие*;

прилагательными *собственный, уникальный*; существительным *уникальность*, которое характеризуется высокой частотностью.

Известно, что в разных провинциях Китая формировались свои школы вышивания. В провинциях Цзянсу (прежде всего в городе Сучжоу), Гуандун, Сычуань, Хунань активно развивалась торговля вышивкой¹. Широкую известность получили четыре китайские школы вышивки² – Су, Юэ, Шу, Сян. В проанализированных текстах отмечается, что каждая школа имеет свой стиль, специальную технику вышивания: *Огромное разнообразие стилей, любая провинция имеет свой собственный; Каждая из этих провинций имеет собственный стиль вышивки; В Сучжоу... сохранилась уникальная традиция цветной вышивки; Китайская техника вышивки действительно уникальна; ...здесь зародилась уникальная ручная вышивка шёлком по шёлку; ...уникальность отображения свето-теней-бликов передается из поколения в поколение; Об уникальности китайской вышивки говорит такая легенда.*

В блогах активно обсуждается вышивка Су, наиболее известная за границами Китая. Для описания этой школы авторы используют словосочетания с прилагательными в форме превосходной степени: *Самая распространенная школа вышивки – Сучжоу; Вышивка Су – это самый знаменитый стиль китайской вышивки шелком; Но вышивка Су*

¹ Данные из онлайн-энциклопедии китайской поисковой системы переведены Му Юйси. URL: <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%88%BA%E7%BB%A3#4> (дата обращения: 17.02.2021).

² Имя собственное «中国四大名绣», перевод Му Юйси.

*приобрела **наибольшую известность** в эпоху правления династии Мин (1368–1644 гг.).*

Для сравнения стиля Су со стилями других школ вышивки авторы используют однородные члены предложения, позволяющие детально описать особенности этой школы и подчеркнуть ее преимущества: *В отличие от трёх других стилей вышивки, Су-стиль отличается **высокой реалистичностью изображения, разделением каждой шёлковой нити на более тонкие части и разнообразием художественных сюжетов**; Сусюй (стиль Су. – М.Ю.) отличается **тонкостью работы, сложным рисунком**.*

Вызывающей восхищение техникой вышивки Су является двусторонняя вышивка: *Среди образцов Сучжоуской вышивки **широко известны двусторонние работы**. Использование нитей разной толщины – еще одна особенность данной школы. Для описания тонкости нити ее сравнивают с человеческим волосом: **Преимущественно используется шёлковая нить, толщина которой меньше человеческого волоса**.*

Высочайшая оценка произведений школы Су репрезентируется:

– прилагательными (в том числе в форме превосходной степени) с оценочным значением: *Вышивка (школа Су. – М.Ю.) была настолько **изысканной и элегантной**...; Из таких нитей создаются **тончайшие работы, которые требуют невероятного мастерства**; Именно су-вышивка особенно знаменита использованием **тончайших** нитей для создания **элегантных и тонких произведений искусства**;*

– абстрактными существительными со значением высокой оценки (*изысканность, утонченность*); однородными

членами предложения, акцентирующими внимание на разных составляющих, которые обеспечивают создание удивительных произведений искусства (композиция, качество нитей, техника их укладки): *Отличаясь изысканностью и утонченностью исполнения, этот стиль вышивки известен также использованием высококачественных натуральных шёлковых нитей, сбалансированной композицией, техникой плотной укладки стежков и гладкой поверхностью.*

Для знакомства с известными китайскими мастерами используются антропонимы: *Эти шёлковые картины – тонкая, изящная авторская вышивка мастеров-вышивальщиц Китая (Джао Дуньбин, Джан Чуньфан, Та Тин, Юнь Чен, Ван Вэй Чжун, Юнь Ванг, Сюе Динь Тин, Сунь Чжунь-шань, Ву Хуанг, Йо Ши Мэй, Тинг Юнь, Янг Чень, Ву Цянь, Йо Ши Мэй, Сыма Цянь).* Отмечается, что в городе Сучжоу регулярно проводятся конкурсные отборы. Требования, предъявляемые к мастерам, описываются с помощью однородных членов предложения, которые детализируют многогранность профессионализма вышивальщиц, в том числе их общую образованность и осведомленность в области мирового искусства: *Девушка должна уметь рисовать, обладать превосходным вкусом, чувством цвета, знать китайское и мировое искусство, уметь делать много других, чисто профессиональных вещей.* В текстах также уделяется внимание мастерству вышивальщиц: *Мастерицы делают это так умело, что обе стороны вышивки выглядят абсолютно одинаковыми.*

Высокое мастерство вышивки Су передается именами числительными, при помощи которых описывается

продолжительность процесса создания произведения и исключительный профессионализм мастериц: *На одну работу уходит от 3 месяцев до 8 лет*; Гу Цзиньчжэнь (известный китайский мастер вышивки Су. – М.Ю.), *эта женщина способна в течение 3 минут разделить одну шёлковую нить на 96 частей!*

Специально характеризуются трудоемкость и длительность создания произведения искусства: *Создание вышитой картины – очень трудоёмкий процесс, который занимает несколько месяцев, а порой и лет*; **Труд кропотливый** – но как это прекрасно; *Многие картины китайские вышивальщицы вышивают больше года. Это очень трудоёмкий и творческий процесс.* Имплицитное противопоставление мастера и обывателя также осуществляется с целью продемонстрировать профессионализм вышивальщиц: **Обывателю очень сложно понять, он просто видит четкую и очень красивую картину.**

Для передачи особенностей школ вышивки используются наречия (*удивительно, очень удачно, ярко, великолепно*), прилагательные и существительные, выражающие положительную оценку разных стилей: *Вышитые изделия славятся не только удивительно искусной работой, но и необычными, специально обработанными нитками* (о стиле вышивки Сян в провинции Хунань); *Хунаньские мастерицы очень удачно сочетают оттенки серого, черного и белого цветов*; *Отличительные особенности – это богатство красок, геометрическая правильность узоров* (о стиле вышивки Юэ в провинции Гуандун); *Сычуаньская вышивка примечательна аккуратными стежками, переливчатым блеском ниток и утонченной работой*; *Вышивке Шу –*

характерны **изысканность и живость** картинки; В данных вышитых картинах используются **насыщенные цвета**, что создает **сильный контраст** в работах, отчего готовая работа выглядит **ярко и великолепно!** (о стиле вышивки Юэ в провинции Гундун).

В текстах о художественной вышивке раскрываются разнообразие традиции Китая. Как и в других видах искусства (например, в китайской опере и живописи), в вышивке образы и цвет также имеют разные символические значения. Подчеркивается, что они связаны со стремлением людей к удаче в жизни и с лучшими надеждами. С этой целью используется лексика с абстрактной семантикой (*успех, радость, счастье, свобода, чистота, власть, изменимость, вечность*): **Рыбы (кари)** – символ **успеха**; **Бабочки** – символ **безмятежной радости, счастья**... **Птицы** – символ **свободы и радости**; **белый** (символ **чистоты**), **красный** (символы **огня, радости, счастья**), **желтый** (символы **Земли, власти**), **черный** (символ **воды, изменимости, вечности**).

4. Субъективные оценки авторов текстов. Личностное отношение авторов блогов к описываемому проявляется в частотном употреблении местоимений (*я, мы, мой, сам(а)*) в разных грамматических формах, глаголами в 1-м лице единственного и множественного числа (*думаю, публикую, оговарюсь*); в ряде глаголов содержится высокая оценка (*любимся, восхищаемся; пройти не смогла, не смогла не сказать*): *И я думаю, что со мной никто не будет спорить, что в вышивке шелковыми нитями «пальма первенства» у китайцев; И сегодня мы любимся и восхищаемся этими прекрасными произведениями искусства; Сразу оговорюсь, что сама я не вышиваю, но мимо такой красоты пройти*

*не смогла; Публикую эти шикарные образцы, чтобы **просто насладиться** кропотливой работой китайских мастериц; ...не могла не сказать хоть пару слов об этом великолепном виде китайского прикладного искусства.*

В проанализированных текстах для передачи впечатлений и эмоций использованы разнообразные средства языковой репрезентации: глаголы, (*посчастливиться, насладиться*), существительные (*потрясение, упоение*), многочисленные прилагательные, в том числе в форме превосходной степени (*замечательный, эксклюзивный, красивый, уникальный, великолепный, шикарный, наиболее дорогостоящая*), устойчивые именные словосочетания (*кропотливая работа, яркие впечатления, высочайшее мастерство* и др.): *Посмотреть и полюбоваться замечательными, эксклюзивными, красивыми и уникальными вышитыми работами китайских Мастериц!; Вышивка шелком по шелку – наиболее дорогостоящая и кропотливая работа; Мне посчастливилось побывать на выставке, посвященной китайской вышивке шелком; Я однажды попала на сайт китайской вышивки – это было потрясение от высочайшего филигранного мастерства вышивки шёлком по шёлку; Мое очередное путешествие, теперь уже в Китай, ознаменовало собой новые яркие впечатления от вышитых картин и шелковой фабрики.*

Восхищение блогеров китайской вышивкой передается также образными и сравнительными конструкциями: *Глядя на безукоризненно выполненные вышивки, ощущается великая одухотворенность мысли, нежность и яркость палитры цветов; Их работы называют великим чудом света; Вышивка шелком или по шелковой же ткани – жемчужина*

восточных искусств; Частота нитей в работах китайских мастеров превосходит в 3 больше, чем (превосходит в 3 раза аналогичные показатели. – М.Ю.) на лучших французских гобеленах.

Подводя итог проведенному анализу, подчеркнем, что для описания специфики китайской художественной вышивки авторы текстов прибегают к представлению данного вида искусства с разных сторон, характеризуя историю становления и развития вышивки, школы и стили вышивания, включая этот удивительно эстетичный вид искусства в мировой контекст.

2.1.6. Языковая репрезентация аспектов разных видов традиционного искусства в текстах русскоязычных блогов: универсальное и специфичное

Как демонстрирует анализ видов традиционного искусства, осуществлённый выше, основу их описания составляют универсальные аспекты, которые выделены на основе анализа пропозициональной структуры текстов. В исследованных текстах, посвящённых традиционному китайскому искусству, акцентируется внимание на таких составляющих, как роль, место и известность в китайской и мировой культуре; история возникновения и развития, статус, достижения деятелей искусства и мастерство; жанры, стили того или иного вида искусства. Особенностью блогов является выраженная оценочность: субъективные оценки авторов текстов относительно объекта описания также являются универсальным аспектом.

Как важную составляющую блогов расцениваем небезличные компоненты, которые сопровождают тексты,

посвящённые всем исследованным видам искусства. Преимущественно это визуальные компоненты, представленные иллюстрациями художественных произведений в жанрах живописи, каллиграфии и художественной вышивки, фотографиями, отражающими фрагменты спектаклей и концертов, фото авторитетных людей, выдающихся мастеров, оперных персонажей, а также музыкальных инструментов. Наряду с отмеченными вариантами невербальных составляющих текста имеют место также аудиовидео фрагментов музыкальных произведений. Приведённая ниже таблица систематизирует соотношение представленных в текстах видов искусства и аспекты их описания.

**Соотношение видов традиционного китайского искусства
и аспектов их описания**

Аспекты описания видов искусства	Виды искусства
Роль, место и известность в китайской и мировой культуре	Опера; вышивка; живопись; каллиграфия; музыка
История возникновения и развития	Опера; вышивка; живопись; каллиграфия; музыка
Статус, достижения деятелей искусства и мастерство	Опера; живопись; вышивка; каллиграфия; музыка
Жанры, стили	Опера; вышивка; живопись; каллиграфия; музыка
Субъективные оценки авторов текстов	Опера; вышивка; живопись; каллиграфия; музыка
Невербальные компоненты в текстах	Опера; вышивка; живопись; каллиграфия; музыка
Образы персонажей	Опера
Отклики зрителей	Опера
Разновидности музыкальных инструментов	Музыка

Установленные в проанализированных текстах аспекты реализуются совокупностью универсальных и специфических языковых средств, обладающих высоким коммуникативно-прагматическим потенциалом.

Выявленные языковые единицы представлены в текстах разнообразными группами. В основу систематизации языковых средств положен не уровневый, а семантический критерий: он обусловлен логикой аспектов, с учётом которых проводился анализ, и представляется более логичным для данного исследования, чем другие возможные основания для систематизации.

Языковые единицы с темпоральным значением. Рассматриваемые виды китайского искусства имеют очень глубокую историю. Для актуализации этого тезиса блогерами используются универсальные (при этом разнообразные по лексико-грамматической организации) словосочетания с темпоральным значением, включающие числительные: *несколько тысяч лет, 2000 лет назад, более 2000 лет назад, более 3000 лет* (музыкальному инструменту); *5 тысячелетий, в середине II – середине I тысячелетия до н.э.*; словосочетания, называющие период правления династий или служащие наименованиями империй, имён императоров: *во времена династии Мин (1368–1644); в конце III века до н.э., при императоре Цинь Шихуанди, в эпоху Цин, из эпохи Суй*. Во многих случаях авторы дают пояснения употреблённым наименованиям временных периодов: *в эпоху Троецарствия (Древний Китай, более 2 тысяч лет назад); династия Юань (1271–1368 гг. н.э.)*.

Частотными лексическими единицами этой группы являются слова: *год* в форме р. п. мн. ч., *тысячелетие, времена, эпоха; личные имена императоров, числительные*.

Антропонимы. Так как любой вид искусства, его становление и развитие связаны с конкретными людьми, универсальным является название их в текстах; например: *мастера-вышивальщицы (Джао Дуньбин, Джан Чуньфан, Та Тин, Юнь Чен, Ван Вэй Чжун, Юнь Ванг, Сюе Динь Тин, Сунь Чжунь-шань, Ву Хуанг, Йо Ши Мэй, Тинг Юнь, Янг Чень, Ву Цянь, Йо Ши Мэй, Сыма Цянь).*

Универсальным является сопровождение характеристикой (квалификацией) известных деятелей, представляющих разные виды искусства. Она осуществляется использованием словосочетания с оценочным определением и квалификатором в форме существительного, уточняющего сферу, в которой реализует себя выдающийся деятель искусства: *известный художник Чжан Цзыцянь, театральный актёр и режиссёр, певец и композитор Ли Юйган; музыкант Юй Бой, певица Го Ланьинь, художники Чжан Цзыцянь, Ли Сысюнь, У Даоцы.*

Особой прагматической нагрузкой, как следует из анализа текстов, наделяется слово *мастер*: *прославленный каллиграф, известный мастер Лю Юань; крупнейший мастер стиля бафэнь Цай Юн, мастер перевоплощения Мей Ланьфан, мастер Ван Сичжи, знаменитый мастер каллиграфии Ли Си.*

Специфическим является употребление слова *мастерицы* в текстах о художественной вышивке. Высокая положительная оценка профессионализма актёров оперы, музыкантов, художников живописи, каллиграфии и вышивки передаётся прилагательными: *элегантный, наиболее влиятельный, знаменитый, талантливый, одаренный, высокообразованный, великий, замечательный, известный.*

Разносторонние навыки, которыми обладают высококлассные специалисты, в текстах, посвященных всем видам традиционного искусства, описываются посредством однородных членов предложения, грамматически по-разному выраженных: *пения, диалог, пантомима и акробатика; превосходный вкус, чувство цвета; танцуют, демонстрируют, бегают, корчат, показывают, поют; усердные упражнения, хороший контроль кисти, ощущение и знание качеств бумаги* и под.

Специфичным в исследованных текстах является включение личных имен авторитетных зарубежных (по отношению к Китаю) лиц, которые используются при упоминании выдающихся деятелей искусства и государственных деятелей. В частности, в текстах имеют место ссылки на *К.С. Станиславского, В.И. Немировича-Данченко, С.М. Эйзенштейна, В.Э. Мейерхольда*, которые в своё время выразили авторитетное мнение в форме высокой оценки относительно искусства китайской оперы. В текстах встретились имена руководителей государств, которым были преподнесены подарки в виде художественной вышивки: *И. Сталин; Елена* (королева Италии в 1900–1946 гг.).

Топонимы. Употребление в текстах топонимов относится также к универсальным средствам описания видов традиционного китайского искусства. При этом каждое искусство имеет свои истоки создания и развития, конкретное место (провинция), и это специфично, так как топонимические названия ассоциируются с разными видами искусства. Топонимы служат для называния провинций и городов, в которых развивается тот или иной вид искусства: *Ченду, Чаочжоу, Хэнань, Шэньси, Чжэцзян* – связаны с китайской

оперой; *Синьцзян, Турпан* – с живописью; *Сучжоу, Гуандун, Сычуань, Хунань* – с художественной вышивкой; *Пекин, Хэбей* – с музыкой; *Цзянсу* – с каллиграфией.

В текстах блогов имеют место названия стран, столиц государств, других географических названий (*СССР, Москва, Санкт-Петербург, страны Дальнего Востока, Западная Европа, Италия, Япония*), которые включают китайское искусство в мировой контекст.

Специальная лексика. Эта группа языковых единиц закономерно является универсальным средством описания каждого вида искусства. Также закономерным является специфичность её лексического (лексико-грамматического) состава. Рассматриваемые в текстах виды китайского искусства имеют различные жанры или стили, и в текстах это естественным образом находит отражение в специальной лексике, ключевое положение в которой занимают названия жанров искусства (нередко оформленные с прописной буквы как имена собственные): *Юйцзюй* (хэнаньская опера), *Циньцян* (шэньсийская опера), *Чуаньцзюй* (сычуаньская опера); *цзягувэнь и гувэнь кайшу, синшу, цаошу* – стили китайской каллиграфии; *Юэ (юэсюй), Сян (сянсюй), Шу (шусюй), Су (сусюй)* – стили (школы) китайской художественной вышивки; *гунби и се-и* – стили китайской живописи. Конкретные единицы представляют термины из определённой сферы, например, из сферы музыки – *пентатоника, пятизвучная «китайская гамма»,* из сферы живописи – *картина, портрет;* из сферы оперы – *режиссёр, театральный режиссёр, гастроли, яркие и красочные костюмы и макияж.*

Универсальным является упоминание конкретных произведений искусства, например, в текстах о музыке: *«Песня*

царства Чу», «*истинная чистота*», «*Осенняя луна над тихим озером*»; о живописи: «*Шаньшуйэй*», «*Лотосы и журавли*»; об опере: «*Легенда о Чжаоцзюнь*», «*Крашенная кожа*»; о каллиграфии: «*Резной камень горы Тай*», «*Девять движений*»; о вышивке: «*Карта Царств*», «*Желтый ирис*».

Специфическим в текстах о музыкальной культуре Китая является значительное внимание к музыкальным инструментам. Это объясняет наличие в текстах их названий: *шэн*, *дяньгу*, *гуцинь*, *гучжэн*, *бяньчжун* (колокола), *барабан*; квалифицируются типы инструментов: *струнный*, *щипковый*, *духовой*; указывается материал, из которого они сделаны: *шёлковые*, *бамбуковые*, *каменные*, *деревянные*, *кожаные* и *глиняные*.

Связь китайской музыки с религией обуславливает употребление в текстах о музыке таких специфических словосочетаний, как: *часть магических ритуалов*; *особое, сакральное значение*. А особенный статус каллиграфии выражается специальной лексикой, заимствованной из сферы культурологии: *искусство красивого письма*; *мастерство изображения слова*; *удивительное и неповторимое явление в истории мировой цивилизации*; *уникальная жемчужина культуры*; *единство эстетических представлений китайской культуры*; *квинтэссенция китайского мировоззрения и метафизических концепций*; *сущность восточной культуры*; *красота восточного искусства*; *наследие мировой культуры*.

Абстрактные существительные. Китайское искусство тесно связано с национальной философией и мудростью народа, поэтому произведения искусства глубоко символичны. Например, символичны цвета масок в опере, предметы живописи, цвет нитей вышивки и музыкальные

инструменты. Акцентируя внимание на этом, авторы блогов часто используют имена существительные с абстрактной семантикой. Таким образом, использование в описании абстрактных имён существительных является закономерным, при этом их выбор очень чётко определён видом искусства, который описывается в конкретном тексте. Так, специфичным является употребление лексики с абстрактной семантикой, которая используется при описании символики грима и костюмов героев китайской оперы: *храбрость, верность, злость, хитрость, подозрительность, импульсивность, жестокость, изменяемость, вечность, честность, строгость, требовательность, радость, мощь, отвага, бескорыстие, благородство, предательство, долголетие, бессмертие, счастье, успех, самообладание, самоконтроль, самосовершенствование.*

Специфическим компонентом оперы является описание образов персонажей, так как китайская опера относится к сценическому искусству, совмещающему музыку, пение, танцы, движения, кукольный театр, сюжет и др. Заметим, что персонажи и лица также отражены в живописи и вышивке, но в изученных текстах авторы практически не описывают их, а делают акцент на технике их создания. В рассматриваемых блогах констатируется, что в китайской опере существуют разные роли, каждая из которых воплощается в соответствии с типом основных персонажей и их характеристиками. Для описания указанных особенностей используется слово, употребляемое в театральной сфере, часто сопровождаемое иероглифом. Продемонстрируем на примере описания *амплуа* и его разновидностей: *амплуа цинги* (青衣), *амплуа чоу* (丑), *амплуа женичины-воительницы удань* (武旦), *амплуа*

воина-комика учоу (武丑), амплуа мужчины с полностью разукрашенным лицом цзин (净).

Характеристики амплуа вербализуются лексическими единицами, указывающими на разнообразие качества человека: *спокойный, сдержанный, мягкий, непосредственный, смелый, добрый, комический, хитрый, коварный, глупый, кокетливый, изящный, невероятный, прекрасный, молчаливый, талантливый.*

Субъективные оценки выражают положительное или отрицательное отношение авторов к описываемым ими видам искусства.

Положительное отношение авторов к китайскому искусству выражается лексическими единицами с оценочной семантикой. Универсальными средствами реализации являются имена прилагательные: *замечательный, эксклюзивный, красивый, уникальный, великолепный, шикарный, кропотливый, прославленный, талантливый, известный, знаменитый, крупнейший*; глаголы: *любоваться, восхищаться, завораживать, нравиться, наслаждаться, интересоваться*; существительное *красота* и наречие *интересно* в функции категории состояния.

Специфические средства используются с целью конкретизации высокой оценки каждого вида искусства: например, художественную вышивку репрезентируют метафора *жемчужина восточных искусств*, фразеологизм *пальма первенства*; в описании живописи используется сравнение с *недостающим фрагментом пазла*; говоря о музыке, авторы часто используют устойчивые конструкции со словом *душа*: *в глубины души, душевное равновесие, брать за душу*; каллиграфия оценивается наречием *невероятно* в сочетании с

другими наречиями, выражающими эмоцию: *невероятно медитативно, невероятно высоко*; опера характеризуется устойчивыми словосочетаниями, выражающими степень воздействия на зрителей: *громкие и продолжительные аплодисменты, наиболее зрелищен и интересен широкому кругу зрителей, искреннее восхищение, глубоко затронет чувства зрителей, производит незабываемое впечатление, чувство потрясения, овации, восторг, крики «браво».*

Положительная оценка встречается чаще, чем отрицательная. Из 91 изученного текста лишь в шести содержатся негативные высказывания, которые относятся к китайской музыке (2 публикации) и опере (4 публикации). Отрицательная оценка передается посредством слов *завывание, несносный, странный, взрываться*, высказываний *не могу сказать понравилась, лучше не слушать, слушать не смог, прохладно относиться, с трудом выдержала, не для слабонервных, без пения было бы лучше, слишком необычен, не слишком привычная нашему уху*. Контекстуальной оценочностью характеризуется слово *инопланетяне* в отношении к китайскому народу: слово используется при выражении неприятия китайской оперы, непонимания китайской культуры.

Невербальные компоненты в текстах. Как отмечают ученые, одной из основных характеристик блогов является их мультимедийность [Баженова, Иванова 2012, с. 128]; в блогах представлены не только вербальные тексты, но и сопровождающие их невербальные компоненты. С целью создания медиаобраза Китая авторы блогов используют визуальные элементы – видео и изображения. По мнению исследователей, визуальная составляющая играет важную роль в публикации: «визуальные средства в отличие от вербальных

или интеллектуальных (слово, понятие, теории) позволяют человеку практически мгновенно воспринимать запрограммированное воздействие» [Розин 2006, с. 26].

Изображения сопровождают тексты, посвященные всем пяти рассматриваемым видам традиционного искусства, при этом специфичным для блогов об опере и музыке является включение в текст видео (рис. 10, 11).



Рис. 10. Скриншот фрагмента блога: видео о китайской опере в Бангкоке



Рис. 11. Скриншот фрагмента блога: видео об исполнении произведения на китайских музыкальных инструментах

Это закономерно, так как музыка и опера представляют собой музыкально-театральный жанр искусства, и видео может более наглядно показать адресату не передаваемое словами своеобразие китайской музыки, танца, традиционных костюмов, локаций происходящего на сцене. Видео играет роль иллюстрации, привлекая внимание читателей блога и расширяя возможности распространения информации о китайском искусстве.

Универсальной формой невербальной части текста является изображение в виде картинки или фото. В текстах блогов между изображением и текстом устанавливаются следующие отношения:

1. Репрезентативные – авторы используют иллюстрации картин для визуализации фактов, описываемых в вербальной части текста (рис. 12–14).



Рис. 12. Образец письма времен династии Хань (около 2000 лет назад)



Рис. 13. Картина в жанре шаньшуйэй



Рис. 14. Комплект ритуальных бронзовых колоколов бяньчжун

Во многих случаях авторы блогов сопровождают иллюстрации к текстам подписями-комментариями. Так, под рис. 13 автор даёт следующий комментарий, совмещающий информацию о картине и её эстетическую характеристику: *Работы в жанре шаньшуэй – это не изображение какой-то существующей местности, а поэтический образ, возникший в голове у художника. И этот образ он описывал в стихах и на бумаге.*

Иногда в подписи к фото (рис. 14) автор указывает, где обнаружены предметы и где они хранятся: *Комплект ритуальных бронзовых колоколов бяньчжун из гробницы маркиза в Хубэйском провинциальном музее.*

2. Эстетические – иллюстрации позволяют передать эстетическое восприятие произведения искусства (рис. 15, 16).



Рис. 15. Вышивка шёлком

Подписывая иллюстрацию вышивки, автор текста выражает своё восхищение: *Эти вышивки шелком неповторимы, ничего подобного в мире нет! Шелковые картины, вышитые вручную, как будто живые! Это просто чудо: хочется прикоснуться к растениям, понюхать нежные цветы.*



Рис. 16. Картина «Будда»

В подписи к рис. 16 автор эмоционально выражает своё отношение к особой буддийской эстетике: *А это мой самый любимый Будда удачи и богатства, такой всегда толстенький и добродушный.*

3. Параллельные – иллюстрация визуализирует вербальный текст (рис. 17–19).



Рис. 17. Лотосы и журавли



Рис. 18. Картина в жанре шаньшуй

Автором иллюстрация подписана одним словом – *шань-шуй*.



Рис. 19. Мэй Ланьфан с С. Эйзенштейном и К. Станиславским

Таким образом, невербальные компоненты в анализируемых публикациях используются для осуществления ряда функций. Визуальный контент блогов формирует 1) необходимый для понимания культуры Китая контекст; 2) используется в качестве иллюстрации выражаемых авторами чувств и способа формирования эмоционального отклика адресата; 3) расширяет и углубляет представления читателей о Китае в целом и об искусстве страны в частности.

Блоги, содержащие вербальные тексты и невербальное сопровождение, способствуют демонстрации разных граней медиаобраза Китая. В текстах о традиционном искусстве авторы представляют Китай как родину шёлка, как удивительную страну с древней своеобразной культурой и давними традициями, тесно связанными с национальной философией и мудростью народа. Проведенный анализ позволяет сделать вывод о разнообразии языковых и неязыковых средств описания китайской оперы, живописи, художественной вышивки, каллиграфии и музыки, как универсальных, так и специфических. Установлено, что большинство авторов проанализированных блогов положительно относятся к китайскому искусству и дают высокую оценку произведениям китайского искусства.

2.2. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о современном искусстве (на фоне традиционного китайского искусства)

С основанием КНР и влиянием западной культуры на Китай в конце XX века в разных сферах страны произошли радикальные изменения, в том числе в искусстве. Феномен современного китайского искусства, процесс его эволюции, значение и восприятие западного зрителя изучаются русскими, китайскими и зарубежными искусствоведами и культурологами (Ф. Ван, М.А. Неглинская, А.С. Горбачева, К.Д. Гомес, Х. Тао, Д. Ляо, М.Е. Богаделина, Ч. Дай и др.), однако тексты о современном китайском искусстве пока не получили лингвистического изучения.

Китайский искусствовед Ф. Ван, ссылаясь на работу Х. Лу, отмечает, что понятие «современное искусство» в Китае используется в двух значениях: оно рассматривается через призму времени и культуры. «“Современное искусство” сопровождается альтернативными маргинальными и радикальными изысканиями. Кроме того, “современное искусство” противопоставляется традиционному искусству» [Ван 2008, с. 7]. Данное понятие не предназначено для эстетического опыта, но в то же время оно не может принять условности любой общепринятой формы искусства; оно пытается отразить и представить истинную реальность. И только благодаря такому истинному отражению действительности люди имеют возможность избежать преднамеренного обмана человека современной культурой [Там же].

В соответствии с данными, опубликованными в научной литературе, современное китайское искусство существенно отличается от традиционного. Как упоминалось выше (см. параграфы 2.1.1–2.1.5), традиционное искусство – это формирование художественных образов в соответствии с принципами гармоничной красоты, сочетание творчества с эмоциональным выражением, оно воспринимается людьми как то, что украшает жизнь человека. Художники выражают и передают свои эстетические чувства и идеалы через творчество, а адресаты, воспринимая произведения искусства, удовлетворяют свои эстетические потребности.

Китайский аукционист Т. Цзи, адъюнкт-профессор Китайского университета политических наук и права, утверждает, что современное искусство сознательно нарушает все традиционные правила, искажает формы искусства, намеренно опровергает эстетические принципы гармонии,

предпочитает формальные гротески, преувеличенную магию и другие причудливые эффекты. Сегодня искусство создает новые художественные теории и произведения с использованием современных технологий [Цзи 2018].

Внутренняя политика Китая и влияние западной культуры привели к возникновению новых направлений в искусстве. Исследователь К.Д. Гомес подчеркивает, что в конце XX в. в китайском современном искусстве появились два важных течения: политический поп и циничный реализм [Гомес 2017, с. 157]. Ученый Ф. Ван, подробно описывая новые веяния китайского современного искусства, выделяет в нём:

1) «политическое искусство» (политический поп-арт). Это направление нацелено на передачу духовных чувств авторов и проблем в обществе;

2) «циничный реализм». Художники этого направления пытаются описать место человека в современной реальности, используя приемы искажения определенных элементов действительности для того, чтобы адресат мог увидеть абсурдность окружающей жизни;

3) «вульгарное искусство». Является продолжением традиций «политического поп-арта» и «циничного реализма», можно считать реакцией художников на масс-культуру, коммерциализацию культуры и ее перевод в категорию объектов потребления. Художники данного направления заимствуют готовые символы из окружающей реальности, выражают художественные идеи;

4) «китайское женское искусство». Некоторые художники, поддерживая западный феминизм, изучают опыт, переживания женщин и исследуют новые методы выражения эмоций [Ван 2008, с. 16–17]. Вслед за подъемом современного

искусства традиционное китайское искусство также пережило второй расцвет, потому что многие художники объединяют традиционное и современное искусство.

Кроме того, появились и формы искусства, которые отличаются от традиционных, такие как инсталляции, перформанс, концептуальное искусство, видео-арт и т.д.

М.Е. Богаделина обращает внимание на проблему восприятия современного искусства КНР глазами западного зрителя. Так, изучая возможные реакции зарубежного зрителя на произведение масляной живописи, она отмечает, что «зритель, глазам которого предстала исполненная работа, приобретает возможность увидеть жизнь в новом свете, сменить угол обзора, чтобы вывести хорошо известную проблематику на новый уровень. Сопоставляя свою точку зрения с авторской, он может осознать их тождественность, взаимосвязанность, согласованность» [Богаделина 2018, с. 108]. Несмотря на влияние искусства Запада, китайское современное изобразительное искусство в корне отличается от него. Автор исследования отмечает, что зрителя «потрясает» китайская живопись, он «проникается поэзией» [Там же, с. 109–110]. Итак, современное китайское искусство отражает реальность, критику художников по отношению к обществу, их мировоззрение и собственное мнение.

Восприятие современного китайского искусства представителями иной культуры имеет место, в частности, в текстах блогов. Изучение текстов русскоязычных блогов, посвящённых современному китайскому искусству, даёт основание считать, что они расширяют представление об образе Китая, открывают его новую грань.

Из обзора научных работ следует, что китайское современное искусство является сложным явлением, имеет гибридные формы воплощения, поэтому репрезентация медиаобраза Китая в текстах о современном искусстве представлена в одном разделе.

Рассмотрим аспекты, по которым в проанализированных текстах блогов о современном искусстве осуществляется создание медиаобраза Китая.

1. Место и роль современного китайского искусства в стране и в мире.

Блогерами современное искусство квалифицируется как постмодернистское по направленности и выполняющее важные функции в современном китайском социуме по значимости (прагматически нагруженные языковые единицы и фрагменты текста здесь и далее выделены полужирным шрифтом): *При всей моей нелюбви к **постмодерну** мы, очевидно, недооцениваем роль современного искусства в становлении нового Китая.*

В ходе анализа текстов выявлена тесная взаимосвязь политики страны и современного искусства. Автор показывает это посредством использования словосочетаний, содержащих прилагательное *официальный* и наречие *официально*: ***Современное искусство официально служит государственной политике Китая; Современное искусство оказалось вовлечено в официальную культурную политику.*** Роль современного искусства в КНР репрезентируется в следующих высказываниях: *Государство опекает современное искусство как **важную статью идеологического и экономического экспорта**; На протяжении 1990-х современное искусство уже было задействовано как **своеобразный***

риторический приём в рамках нового дипломатического курса «открытых дверей». Искусство (в контексте имеется в виду современное. – М.Ю.) не могло и не пыталось избежать диалога с властью.

Благодаря непрерывному развитию китайского современного искусства оно становится неотъемлемой частью мирового искусства, это утверждение находит отражение в следующих высказываниях: *То есть китайское современное искусство постепенно стало частью мирового; С этого момента (с 2000-е) современное китайское искусство перестает быть исключительно местным явлением и вливается в мировое.*

В исследованных текстах делается акцент на достижениях современного китайского искусства на международном рынке: *Китай в 2010 году оказался крупнейшим рынком искусства в мире; Трудно поверить, но в настоящее время Пекин является вторым крупнейшим рынком искусства после Нью-Йорка.* Высказывания блогеров указывают на стремительное развитие современного китайского искусства: *Еще в 2007 году, когда он обошел Францию и занял третье место на пьедестале крупнейших арт-рынков, мир был удивлен; Но когда три года спустя Китай обошел Великобританию и США, лидеров рынка в течение последних пятидесяти лет, и занял первое место по объемам продаж произведений искусства, мировое арт-сообщество было повергнуто в шок.* Беспрецедентное развитие современного китайского искусства обеспечило ему, по мнению авторов, особый статус: *В 90-е Пекин стал бесспорным центром современного искусства, куда съезжались молодые художники со всей страны; И Китай оказался первопроходцем в*

этой области, открыв в 2009 году в Шэньчжэне биржу культурных активов и акций; В один момент (в 2006 году) китайское искусство оказалось в центре внимания всего мира.

2. Процесс развития современного искусства, его содержание и характеристика.

Значительное место в текстах блогов занимает описание процесса развития современного искусства. Эта стратегия авторов реализуется использованием большого количества темпоральной лексики, отмечающей этапы развития, и профессиональной терминологии, отражающей содержательную сторону развития рассматриваемого типа искусства: *Впервые китайские интеллектуалы подошли к теме модернизации в начале XX века; С конца 1970-х для китайских художников «модернизационное сознание» ассоциировалось прежде всего с новым гуманистическим поворотом в развитии общества; Однако во второй половине 1980-х понятие «модернизационное сознание» подверглось яростной культурной критике со стороны наиболее радикальных китайских художников; Горячие споры о том, что есть «правдивое отражение реальности», стали квинтэссенцией художественной критики в 1970-х – начале 1980-х; На концептуальном уровне – предвосхищала антиутопические настроения и «циническое» дистанцирование художников начала 1990-х, определявшие сущность таких направлений, как «цинический реализм» и «политический поп»; Художественное сообщество Китая ответили стремительным распространением неофициальных арт-групп, известных под общим названием «Движение Новой волны 1985 года»; Кульминацией развития движения «Новая*

волна 1985» стала выставка «China / Avant-Garde», открытие которой состоялось в феврале 1989 года; В течение 80-х авангардисты и критики использовали для обозначения современного искусства термин «модернизм», в 90-е же, особенно после 1994 года, все чаще стали использоваться термины «актуального» или «экспериментального» искусства; В результате появилось новое направление «Цветастое» искусство (Gaudy Art), которое, соединив визуальные элементы циничного реализма и культурного поп-арта, одновременно и высмеивало, и использовало вульгарность коммерческой культуры.

С целью объяснения специальных терминов автор прибегает к персоналиям, на которые делает ссылки. Например, приводит в качестве цитаты мнение авторитетного исторического лица: Термин («модернизационное сознание») был истолкован в соответствии с известным лозунгом, выдвинутым Фэн Гуйфенем ещё в середине XIX века: «Китайское знание – это основа, а западное знание – для прикладного применения».

Развитие современного искусства в Китае всегда происходило под влиянием иностранных культур, что подчёркивается неоднократным использованием прилагательного *западный* в сочетании с существительными, демонстрирующими разные стороны этого влияния. *В нескольких художественных школах даже преподавали классический западный рисунок; В общем, процессы в китайском искусстве того времени во многом повторяли западный путь; В то же время распространялись абсолютно западные формы изобразительного искусства, как плакат и карикатура; Многие молодые художники стали тайно объединяться и*

*обсуждать альтернативные формы художественного выражения, черпая вдохновение из работ западного модернизма; В наши дни современному китайскому искусству приходится играть в рамках западной системы «художник – кураторы – критики – СМИ – галереи – аукционные дома – коллекционеры – художественные музеи». Используемая в рассматриваемом контексте номинация *Большой брат* в отношении к Советскому Союзу свидетельствует о том, что в конце XX в. СССР оказал значительное влияние на Китай: А на смену вечного спора между западным модернизмом и китайским гохуа пришел соцреализм, подарок *Большого брата – Советского Союза*. Подъем современного искусства описывается с помощью однородных членов предложения, которые перечисляют этапы развития: Но лишь на заре нового века началась и новая эпоха в китайском мире искусства: появлялись различные группы, формировались новые направления, открывались галереи, проводились выставки.*

В проанализированных текстах отмечается, что яркой особенностью современного китайского искусства является акцент на индивидуальность, стремление к самовыражению и субъективным ощущениям. Данная черта в текстах отражается в специальных терминах, в использовании лексики, связанной с психологией и философией: Художники расширили толкование официального определения «модернизационное сознание» и интерпретировали его в смысле «самовыражения» (*zìwǒ biāoxiǎn*) и формальной абстракции (*xíngshì měi*); Именно личность, обладающая предельной свободой поступков, тогда становится идеальной моделью творца – отсюда внимание к категориям субъективного

сознания, самосознания (gerenyishi), а также исследование подсознательного; В изобразительном искусстве – именно устремление к субъективному представлению о реальности, которое опирается лишь на личность автора, стало началом нового альтернативного искусства; Так, в «искусстве шрамов» (shanghen yishu) личный, предельно персонализированный опыт становится единственной отправной точкой для исследования травматической истории предшествующего десятилетия; В 1980 году Фен Гуодун заявил о стремлении к самовыражению как об основном принципе художественного творчества; ...субъективное восприятие стало нормой авторского отражения действительности.

3. Художники современного искусства и их произведения.

Представляя художников китайского современного искусства, авторы текстов используют имена собственные для именования художников, а также названий их произведений: Если вдруг для расширения кругозора будете искать материал про этого художника (Чжан Сяоган), рекомендую, не углубляясь, пройти по тройке известных серий картин – та самая «Родословная», «Амнезия и память», «Площадь Тяньаньмэнь»; Лю Вэй – мастер построения фантастических ландшафтов и выдуманных миров; Сегодня хочу представить китайского художника У Гуаньчжуня; Работы же группы «Звезды» (Ван Кэпин, Ма Дэшэн, Хуан Жуй, Ай Вэйвэй и другие) яростно атаковали маоистскую идеологию; В 1992 году Цай Гоцянь, Люй Шэнчжун, Ван Юшэнь и другие представили свои работы на второстепенной выставке Kassel Documents Exhibition.

Современные китайские художники известны не только в Китае, но и во всем мире. Доказательством этого служат устойчивое словосочетание *«выйти за пределы родного Китая»* и однородные члены предложения, перечисляющие зарубежные страны, города, известные музеи, в которых выставлены работы художников: *Ожидается, что популярность художника вышла далеко за пределы родного Китая; Работы художника (Юэ Миньцзюн) участвовали в Венецианской биеннале, выставлялись в музеях Парижа, Лондона, Нью-Йорка и других городов; (Работы Цао Фэй) были куплены Музеем Гуггенхайма в Нью-Йорке и парижским Центром Помпиду; Многослойные полотна 55-летнего художника (Цзэн Фаньчжи) выставляют и покупают в Азии, Европе и Америке вот уже два десятка лет; В 1993 году выставка «После 1989 года: новое искусство в Китае» (кураторы Ли Сяньтин и Чжан Сунжэнь) была представлена в Гонконге, Австралии и США.*

В исследуемых текстах блогов упоминается, что существует множество различных направлений и их деятелей (живописец, скульптор, медиахудожник и др.) в китайском современном искусстве, один художник может создавать работы разных творческих техник и жанров. *Художник Ай Вэйвэй любит пробовать себя в разных техниках – от живописи и скульптуры до видео и инсталляций, и искусно совмещает визуальную эффектность своих объектов с политическим контекстом (ТС4); На протяжении обучения художник (Лю И. – М.Ю.) всегда отличался прилежностью и получал высокие оценки от педагогов (ТС14); Отличительным умением мастера (Лю И. – М.Ю.) является филигранное дозирование воды и умение смачивать*

бумагу; Все работы очень наполнены художественной, воздушной атмосферой и очень поэтичны.

Блогеры обосновывают высокое признание китайских художников и их произведений: *Вероятно, нет в мире музея, который бы не мечтал принять у себя полноценную выставку китайского художника-диссидента*; коммуникативно-прагматическую функцию при этом выполняют имена известных людей, названия музеев и художественных выставок: *Одним из главных его (художника Цзэн Фаньчжи) коллекционеров является фэшн-магнат Франсуа Пино, неоднократно выставлявший масштабные картины Фаньчжи в своем венецианском музее Punta della Dogana; это первый художник (У Гуаньчжун) из поднебесной, выставлявшийся в британском музее; (Работы Цао Фэй) Далее последовали выставки по всему миру (работы показывали и в Москве), участие в Венецианской биеннале, коллаборации с большими брендами, от Prada до BMW, для которых Фэй создавала очередной art-car; С 1970-х выставки Уцзи уже принимали музеи всего мира; Экспозиции Ай Вэйвэй могут одновременно открываться сразу в нескольких частях света.* В представленных примерах выражения «выставки по всему миру», «музеи всего мира», «в нескольких частях света» также отражают знаменитость китайских художников.

Успешность художников на международном рынке отражается рядом определений в превосходной степени: *Коммерчески Чжан Сяоган столь же успешен – он входит в топ самых продаваемых современных китайских художников в мире; Миньцзюнь не входит в топ-10 самых дорогих китайских авторов: его рекорд составляет*

\$6,9 млн за полотно Gweong-Gweong, – но точно попадает в десятку самых выставляемых в мире; Одним из самых запоминающихся произведений нынешней Венецианской биеннале стал именно его (Лю Вэй) *Microworld* – фантазия на тему будущего планеты; **Чжао Уци** – один из самых дорогих в мире азиатских художников. Сравнение с другими художниками из разных стран используется с целью подчеркнуть достоинства китайских деятелей: В 1999 году в Венеции китайское современное искусство представляло уже 20 художников, больше, чем число американских или итальянских участников.

Широкая распространенность результатов творчества современных китайских художников подтверждается интересом к ним со стороны специалистов, истинных ценителей искусства. **Международный успех к медиахудожнице Цао Фэй** пришел в начале 2000-х; **Не поверите, на его творчество есть спрос среди одиозных (и, видимо, очень богатых) ценителей современного искусства; Другие** (работы Лю Вэй) регулярно **привлекают толпы коллекционеров в секции Unlimited** ярмарки *Art Basel*, где выставляют масштабные произведения и инсталляции.

В изученных текстах ключевым маркером представления различных видов искусства и групп художников является противопоставление понятий «коммерциализация – некоммерциализация», применяемых в отношении к искусству. Один из блогеров замечает, что в середине 1990-х гг. некоторые художники выступали против коммерциализации искусства, но в дальнейшем современное китайское искусство постепенно стало коммерциализованным: *В то же время (к середине 90-х годов) группа художников,*

специализирующаяся на перформансах и инсталляциях, дала толчок развитию некоммерческих проектов, которые представляли активное взаимодействие с обществом; Это была первая столь масштабная выставка с коммерческим уклоном (первый биеннале в Гуанчжоу): все представленные работы предназначались для продажи, а в большинстве случаев цену назначал сам художник; Современное китайское искусство столкнулось с новыми проблемами: влияние коммерческого успеха и пассивный выбор пост-колониального стиля.

В текстах используются имена числительные, указывающие стоимость произведений искусства с целью подчеркнуть, что известность художника соотносится со стоимостью его работ. Этот факт также свидетельствует о коммерциализации современного китайского искусства: *Последнее качество особо ценят коллекционеры – за его знаменитую бронзовую серию «Круг животных / Зодиакальные головы» в 2015-м выложили \$4,3 млн на торгах Phillips; Цены на подобный «микрокосмос» давно перевалили за отметку в \$12 млн; Известность отразилась и на ценах: сегодня за ее видеоарт коллекционеры платят от €15 до 25 тыс.; И на любовь кураторов Ай Вэйвэй отвечает полной взаимностью: его часто называют «вездесущий» и «плодовитый»; триптих «Июнь – октябрь 1985» Чжао Уци ушел в 2018 году на Sotheby's в Гонконге за \$65,2 млн; Еще один аукционный рекордсмен из Китая Цзэн Фаньчжи, чья работа «Тайная вечеря» была продана на Sotheby's за \$23,3 млн в 2013 году; В 2006 году Sotheby's в Нью-Йорке провел «Специальный аукцион современного искусства стран Азии», где были представлены китайские художники:*

продажи превысили 100 млн юаней; Только за первое полугодие 2006 года продажи работ современных китайских художников превысили 10 млрд юаней.

4. Субъективные мнения и оценки авторов.

В текстах блогов обнаружено проявление разных авторских оценок китайского современного искусства – от однозначно позитивной до крайне негативной: *Я по работе столкнулась с его довольно впечатляющей работой «Родословная» (Чжан Сяоган) и не могу вам ее не показать; Я же поделюсь некоторыми работами, которые мне понравились; Жутковатое современное искусство Китая.* Встречается также неоднозначная, «двойственная» оценка: *Страшно интересно, просто страшно, жутковато, впечатляюще, но не для впечатлительных — как-то так бы сформулировала.*

Для получения обратной связи от читателей, усиления выразительности и выражения своих взглядов на китайское современное искусство автором используются риторические конструкции: *Как вам работы Чжана Сяогана?; Повесили бы себе такую в прихожую?; У меня в данном случае как у простого зрителя возникает риторический вопрос: и это современное искусство запомнится нашим потомкам как классика 21 века?*

Сильные впечатления, полученные авторами текстов, описываются эмоционально-экспрессивными лексическими единицами: *Вы знаете, меня прошибло; Некоторые картины очень пронзительные; Нечто было современным китайским искусством, которое свалилось на меня – неожиданно и душераздирающе; Они создали удивительные*

иллюстрации, чтобы воздать должное персоналу, борющемуся с коронавирусом.

Интерес к современному китайскому искусству, одобрителное восприятие его произведений выражаются в текстах словами, содержащими положительные коннотации: например, прилагательным *забавный*, существительным *шедевр* и активно используемым в разговорной речи оценочным словосочетанием *сто процентов*: ***Забавная современная офисная скульптура; Шедевр однозначно, будет у меня офис – куплю 100%***.

В процессе знакомства с современным китайским искусством и в ходе его осмысления авторы текстов начинают оценивать КНР в целом и ее народ, формируя в своем сознании образ Китая. Похвала авторов репрезентируется посредством языковых единиц с оценочным значением: *Сейчас китайское современное искусство – одно из самых крутых и востребованных в мире; А ведь это очень любопытная страна по части современного искусства!; Я с нескрываемым интересом слежу как за развитием искусства в Китае, так и за развитием Китая в целом; Столько там (в Китае) всего интересного сейчас происходит – не страна, а парк развлечений, ей-богу*. В описании китайцев глазами русского автора активно используются слова категории состояния: *Они жаждут нового, им все любопытно, все странно, непонятно и удивительно*.

5. Сравнение современного искусства с традиционным.

В научной литературе нередко отмечается, что современное искусство нарушает правила и традиции – этот тезис находит отражение также в исследуемых текстах: *Современный рынок искусства является полной*

противоположностью традиционному, когда академическая система служила основным институтом для признания художника и его работ на основе четких критериев оценки и официальных процедур; Кроме заявлений о праве художника на индивидуальность, они отрицали теорию «искусства ради искусства», которая была распространена в художественных и ученых кругах во времена династии Мин и Цин (1368–1911 гг.).

Художник нового поколения вводит в мир новую интерпретацию традиционного искусства: *Это период мазохистских «65 кг» (произведение художника) Чжан Хуаня, переосмысление традиций каллиграфии Цю Чжицзе, семейной серии Чжан Сяогана.*

Автор текста выдвигает порой весьма смелые, но вполне оправданные тезисы, утверждающие, что образ Китая нельзя строить только на основе фактов, связанных традициями, игнорируя современные процессы, в том числе отражающие трансформации в искусстве: *Плох тот китаист, который изучает страну через призму Конфуция, а не лидеров мнений наших дней; Прочитайте Конфуция для души, но для дела все-таки рекомендую полюбоваться на современных художников.*

Подводя итог проведённому анализу, отметим, что исследуемые тексты насыщены языковыми средствами, обладающими большим коммуникативно-прагматическим потенциалом. Они демонстрируют как специфичные для современного искусства средства репрезентации, так и универсальные, общие для традиционного и современного искусства.

Универсальным является включение в текст имён собственных; это антропонимы – фамилии и имена деятелей искусства:

Чжао Уцзи, Ай Вэйвэй; Юэ Миньцзюн; Ван Кэтин, Ма Дэшэн, Хуан Жуй; топонимы – названия городов, стран и других территорий: Гонконг, Пекин, Париж, Лондон, Нью-Йорк, США, Великобритания, Азия, Европа, Америка, Австралия.

Также существенное место занимают темпоральная лексика, обозначающая этапы развития современного искусства: *в начале XX века, в конце XX века, на протяжении 1990-х, с конца 1970-х, в 1970-х – начале 1980-х, в 90-е, в 2000-е, в 2007 году, в 2009 году, в 2010 году; специальная лексика, связанная с психологией и философией: *самовыражение» (ziwo biaoхian), формальная абстракция (xingshi mei), исследование подсознательного, самосознание (gerenyishi), модернизационное сознание.**

Специфичными языковыми средствами в текстах о современном искусстве (в отличие от используемых при описании традиционного искусства) становятся следующие.

Статус современного китайского искусства в международном масштабе подчеркивается такими номинациями, как *бесспорный центр, первопроходец, в центре внимания всего мира*; прилагательным в превосходной степени *крупнейший*; устойчивыми конструкциями *занять (какое-то) место, обойти (кого)*. Китайское современное искусство развивается и заимствует опыт у другой культуры – это утверждение репрезентируется словами *западный, Советский Союз*.

Своеобразие современного искусства передаётся однородными членами предложения, выраженными существительными: они обозначают техники, которыми одновременно владеют представители современного искусства: *от живописи и скульптуры до видео и инсталляций; дозирование воды и умение смачивать бумагу.*

Талант и способность художников передаются с помощью двучленных и распространённых словосочетаний, например: *искусно совмещает, всегда отличался прилежностью, получал высокие оценки, отличительное умение, работы очень наполнены художественной, воздушной атмосферой и очень поэтичны, международный успех, спрос среди ценителей, привлекать толпы коллекционеров.*

Специфичным языковым средством является использование числительных для выражения стоимости произведений современного искусства, что подчёркивает коммерческий характер современного искусства: *\$4,3 млн, \$12 млн, от €15 до 25 тыс., \$65,2 млн, \$23,3 млн, 10 млрд, 100 млн.*

Субъективные оценки современного искусства представлены положительной, отрицательной и неопределённой («двойственной»), они выражаются существительными: *шедевр, с нескрываемым интересом, парк развлечений*; глаголами *нравиться, рекомендовать полюбоваться*; прилагательными *забавная, любопытный, жутковатое*; словами категории состояния *страшно интересно, любопытно, странно, непонятно, удивительно.*

В текстах о современном искусстве ощущается совершенно иная экспрессивность, нежели в текстах о традиционном искусстве, – резкая, негативная. Она содержится в существительном *шок*, прилагательном *производительный*, глаголах *прошибить, свалиться*, наречиях *неожиданно, вдруг сразу, душераздирающе*; слова категории состояния *жутко, жутковато.*

Специфичной стратегией блогеров, пишущих о современном китайском искусстве, становится сравнение его с традиционным искусством. В этом отношении

коммуникативно значимо использование существительных и глаголов, подчёркивающих совершенно иной подход, иной взгляд и иную интеллектуальную работу при восприятии современного китайского искусства: *переосмысление* (традиций), *полная противоположность*, *отрицать*.

В текстах значительное место занимает контекстуальная антонимия, которая реализуется, в частности, в противопоставлении *традиционной акварельной живописи (цветочки, пейзажи, птички)* и *современного искусства*; *Конфуция* и *сегодняшних лидеров мнений*; в ироничном употреблении имён собственных из китайской и русской истории (*Конфуций* и *князь Владимир*) в «современном контексте»: *Конфуций к современности имеет ровно столько же отношения, сколько князь Владимир к жителям Челябинска*.

Невербальные компоненты в текстах. В ходе анализа отметим, что невербальными средствами изучаемых текстов о современном искусстве являются изображения.

Отношения между изображениями и текстом соответствуют ранее предложенным (см. параграф 2.1.6):

- 1) Репрезентативные (рис. 20, 21).



Рис. 20. Фото скульптурной композиции

Иллюстрацию (рис. 20) в тексте автор подписывает так: *Хуанинь Гуалинь. (Типа Добро пожаловать, дословно «вы несете нам свет»).*

Подпись автора текста под фотографией (рис. 21): *Наш герой – Чжан Сяоган, один из самых популярных современных художников Китая.*



Рис. 21. Художник Чжан Сяоган

2) Эстетические (рис. 22).



Рис. 22. Современная китайская живопись: портреты

Эмоциональное восприятие современного портрета автор выражает риторическим вопросом: *Жутковато?*

3) Параллельные (рис. 23).



Рис. 23. Ай Вэйвэй. «Круг животных / Зодиакальные головы»

Следует отметить, что, в отличие от изображений, используемых в текстах о традиционном искусстве, невербальные компоненты в блогах о современном искусстве представлены в основном персонами (рис. 24, 25).



Рис. 24. Чжен Гуогу. Мой учитель (1993 г.)

Если невербальные средства в текстах блогов о традиционном искусстве показывают читателям культурное наследие Китая как древней цивилизации, то в текстах о

современном искусстве они демонстрируют реальность сегодняшнего общества. Отмеченный факт иллюстрируют также произведения, посвящённые актуальной для всего мира теме – глобальной эпидемии.



Рис. 25. Китайские врачи в борьбе с ковидом

Под этой картиной (см. рис. 25) даётся комментарий автора текста, подчёркивающий, что современное китайское искусство обращается также к важнейшим социальным проблемам: *Китайские художники отдают дань уважения медикам в борьбе с пандемией. Они создали удивительные иллюстрации, чтобы воздать должное персоналу, борющемуся с коронавирусом.*

Таким образом, китайское современное искусство существует в сегодняшнем обществе и воплощает мировоззрение и восприятие современного китайского народа, живущего в XXI в. Оно отражает реалии китайского социума и образы, которые художники нового поколения хотят передать своему адресату.

Тексты о современном китайском искусстве, представленные в русскоязычной блогосфере, более объёмно создают медиаобраз Китая. Арт-дискурс блогов о современном искусстве Китая создаёт особую составляющую образа страны, которая в сфере культуры преимущественно развивается по своему пути, несмотря на влияние культур других стран. В XXI в. Китай становится *«первопроходцем»* на международном рынке современного искусства, привлекая внимание всего мира.

2.3. Медиаобраз Китая в восприятии русскоязычного адресата (по данным комментариев к блогам)

Как отмечено ранее в теоретическом разделе (см. параграф 1.2.4), в данном исследовании комментарий рассматривается как новая коммуникативная единица медиатекста, он является структурным элементом блога, который представляет собой продукт реального диалога и взаимодействия между адресантами и адресатами. С помощью комментария читатели могут выразить свое мнение о содержании блогов и о блогерах, уточнить подробную информацию, продолжить обсуждение темы, дать положительную или отрицательную оценку предмету описания.

Большинство рассмотренных публикаций сопровождается цепочкой комментариев. Анализ показал, что оценка занимает важное место в комментариях к блогам о китайском искусстве, причём положительная оценка существенно преобладает над отрицательной.

Похвала как форма оценки рассказа о произведении искусства выражается восклицательными предложениями, риторическими предложениями, глаголами и глагольными сочетаниями (*любуюсь, завораживать, нравится, просто заворожить, не устать восхищаться, быть в шоке; здорово смотрятся, ясно, точно, реально передают, не устаю восхищаться; умереть от восторга*); именами существительными (*красота, шедевр, гармония, прелесть, совершенство, с упоением*); словами категории состояния, в том числе в составе устойчивых конструкций (*прекрасно, красиво, бесподобно, мило, изящно, идеально, здорово, удивительно, невероятно, Бесподобно!, Невороятно!, Очень красиво, Восхитительно, удивительно, прекрасно, очень прилично, Чудо из чудес!, Большого чуда и лучшего, чем эта вышивка, на свете просто нет*); именами прилагательными (*нежный, доверчивый, чудесный, спокойный, невероятный, красивый, шикарный, кропотливый, суперские, удивительные; расчудесное; великий; талантливый и трудолюбивый*); графическими средствами (!!!, :), :-)) и языковыми единицами, выделенными прописными буквами (**ЭТО ЧУДО РАСЧУДЕСНОЕ!**):

– gabryel: **Красота какая!**

– alenochka_msk: *Очень нежные и доверчивые рисунки. Тоже очень захотелось посмотреть живую.*

– my_lucky_always: *Очень нежные рисунки. Сколько воздуха и уважения к прекрасной природе! Спасибо Вам большое!*

– huli_tam: **чудесные рисунки, ура!**

– s-a-0777: **Это тоже современное китайское искусство! В Китае много интересных художников!**

– nota_fe: *по-моему, прекрасно. надо тоже сходить :)*

– avezink: **Как здорово, спасибо!**

– Akvamarinchik: *После прочтения этого поста я поняла, что мне **очень нравится** китайский стиль в живописи. Картина на вазочке вообще **шедевр**. Черты девушки настолько тонки, она как живая. От всех картин веет **спокойной красотой, гармонией**.*

– sveta_by: *Какая **невероятная красота!** Горы **просто заворожили!***

– Musicanka: ***Какие же нежные цвета в акварелях! Прямо как перистое облачко на бумагу опустилось) спасибо за подборку!***

– Анонимный: ***Красивые работы, хочется рассматривать и наслаждаться нежными тонами красок и рисунками на костюмах.***

– Вячеслав Иванов: *Да **классно же!!!** Вот яркий пример стеба по китайски... **очень прилично...** техника наложения красок **шикарная... супер!!!***

– Анонимный: ***Чудо из чудес! Нет слов...** даже дыхание перехватило, а если бы увидеть в натуральном виде, то можно было бы и умереть от восторга... **Великий, неизмеримо талантливый и трудолюбивый народ...** Спасибо огромное за публикацию!*

– vitkvv2017: **Бесподобно!**

– madame_voue: ***Какая прелесть!** Умеют же люди. Котик с бабочкой, петушок с курочкой, ирисы... **Удивительно.** Так точно цвета подобраны, так стежки **идеально** лежат. Если на экране **здорово** смотрятся, то представляю как живую это все видеть.*

– luchik_lubvi: *Я давно уже знакома с этими вышивками, но каждый раз, когда их встречаю, не устаю восхищаться этой красотой!*

– Natalireseacher: *Какая красота!!!*

– Gorrar: *Невероятно!*

– sunny_yuri: *И где такая красота живёт?*

– la_panthere: *Завораживает)*

– mangiana_irina: *Суперские работы!*

– vgannaa: *Очень красиво, особенно, когда на фоне темно синего цвета!*

– vertela_julia: *Красиво как, хоть и машинная, но очень нравится, и краски сохранились, яркие...*

– cath_ros: *Лена, очень красивый платок.*

– iamaglika: *Лен, какая красота!*

– nika_anikeeva: *красота-то какая!*

– tatamaza: *Некоторые прям удивительные по тонкости.*

Красиво)

– miihaaiil: *Красота! Очень тонкие работы.*

– lady_catari: *Восхитительно!*

– shahtara: *Ничего себе, какая красота! Это же сколько труда вложено!*

– Svetlana-Businka: ***Я В СТУПОРЕ..... ЭТО ЧУДО РАС-ЧУДЕСНОЕ!** С упоением читала статью о Китае, потом смотрела фото. Мне кажется что большего чуда и лучшего, чем эта вышивка, на свете просто нет. У меня вообще не укладывается как можно сотворить такие картины, которые на столько ярко, точно и реально передают действительность – или это цветы, или это животные, или это природа. Люди на столько реально изображены, что я до сих пор не могу поверить что это вышивка,*

как будто бы живые позируют для фото. В общем люблюсь я этим совершенством с упоением!!!

– Adarcha: **Я в шоке!** Прочитала первую картинку – подумала, что фото! Вообще я слышала про эту вышивку. Это шелковой её ещё называют, да? И как будто она бывает двусторонняя – на занавесках, например. **Шикарная вещь, вот реально!** Кошки, кстати, сделаны по рисунку го-хуа (тоже китайскому) – у меня в компе была подборка картинок. То-то и **удивительно:** в оригинале – акварель с тушью, а тут просто шелковые нитки. **Но как точно исполнено!**

Любовь к искусству и культуре Китая описывается с помощью глаголов *любить* и *нравиться*:

– Trianda: я так **люблю** восточную графику, что даже боюсь себе в этом признаться.

– Korolevanepala: Ух ты! Я зачиталась-засмотрелась! Все-таки **люблю я все, что с китайской культурой связано!**)

– tunnel_syndrome: Изнутри разрисованная вазочка поразила. Вот бы посмотреть на этот процесс, **удивительное мастерство.** А еще больше всего **понравилась** слива – очень я **люблю** такие яркие и одновременно сдержанные картины. И каллиграфии тоже очень **люблю.**

Сравнение искусства Китая с искусством других стран позволяет читателям выразить восхищение китайской культурой, оттенить её своеобразие:

– Beautifulumbria: **Потрясающие красивые работы, пожалуй, нравятся даже больше европейских:**) Хотелось бы домой купить и повесить что-то из этого) Эх))

– Eronina: *Невероятно красиво! Тонко, изысканно. Я сейчас в Японии, совершенно другая культура, другое отношение к жизни, к природе...*

– tati_p: *красиво и необыкновенно нежно! Похоже на японскую живопись, но менее строго.*

Отметим, что кроме положительного отношения к китайскому искусству комментаторы выражают неоднозначность в восприятии китайского искусства: *странное и светлое впечатление; хорошее, плохое и китайское; нравится, в то же время не интересоваться китайским стилем:*

– Lebyadkin: *Очень **странное** и **светлое** впечатление оставил в душе Ваш пост. Спасибо.*

– Luvolver: *о, мне так **нравится** почему-то, а я не подозревала, что такое может быть)) **просто не интересовалась китайским стилем.** Получается, если на что-то взглянуть внимательнее (твоей помощью), увидишь так много, спасибо.*

– Н.Ч.: *есть искусство **хорошее, плохое и китайское...***

Среди изученных комментариев негативные оценки сосредоточены в блогах о современном китайском искусстве, где адресаты используют словосочетания с отрицательной семантикой: *жутковатые персонажи, не остановится ни перед какими зверствами и жестокостью, страшно такое искусство своим убожеством, потерять границы для передачи собственной критики китайского искусства, культуры и народа данной страны в целом:*

– Восточный: *А по мне так **жутковатые персонажи** (персонажи произведений современного китайского искусства. – М.Ю.). Что-то мне подсказывает, что в случае чего,*

загадочная китайская душа не остановится ни перед какими зверствами и жестокостью.

– Александр Полидва: *Страшно такое искусство своим убожеством, больше ничем) Прямо какая-то эпоха варваров наступила после распада СССР! Особенно радуют своей деградацией гейропейцы и пиндосы))Нет, всё больше убеждаюсь что библейская байка о Содоме и Гоморре возникла не на пустом месте....*

– Vizowi: *Современная культура потеряла границы и перестала быть таковой.*

Платформы для блогов не только предоставляют площадку, на которой публикуются авторы, но и дают возможность всем участникам свободно обсуждать темы блогов, обращаться непосредственно к блогерам и вести диалог с ними и с другими участниками виртуальной коммуникации.

Чувство признательности авторам публикации комментаторы подчеркивают языковыми единицами *спасибо* и *благодарить*:

– frau_katyskhen: *Спасибо за такой классный пост! <...> с огромным удовольствием вникла в твой рассказ, словами не передать :-)* **Спасибо!**

– Светлана: *Спасибо за информативную статью. Нашла много нового для себя!*

– nagval_22: *супер! накачаю себе))) спасибо!*

– scapped: *спасибо, очень интересно.*

– Олеся Шевченко: *Это очень интересно! Благодарю!*

– IVES: *Благодарю. Немного на ситар похоже. Есть чувство, уверенного течения, нет спешки. Мне всегда казалось, что это музыка мудрецов :)*

– **ginger_at_heart**: *Ой, Ира, спасибо! На днях видела пару таких картинок с пионами и рыбками в пруду, мне они понравились, но я не знала откуда они :)*

– **goryachevva**: *Спасибо Ирина!!! Мне кажется эти рисунки активно используются азиатскими модельерами при создании своих коллекций!*

– **t_nadja**: *Спасибо за пост. Первые фотографии просто чудесные. В них чувствуется традиция и мастерство.*

– **Amdeluxe**: *Спасибо за рецензию!*

В вопросах и просьбах комментаторов к блогерам для уточнения и разъяснения информации об искусстве Китая используются вопросительные конструкции и глаголы в повелительном наклонении:

– **Ryedeer**: *А китайские кисти чем отличаются от европейских?*

– **Seguranna**: *Аня! А рыбы что-то символизируют в китайской живописи?*

– **Tilimoska**: *У меня не вопрос, а просьба: **расскажите** ещё, пожалуйста, о национальных костюмах и причёсках.*

– **Vassia Poorkin**: *А есть у китайцев свой Вася Ложкин?)))*

– **Илья Чубаров**: ***Интересно.** А как будет звучать на китайском, или где можно поподробней почитать про Шэньчжэньскую «биржу культурных активов и акций»?*

– **Екатерина Богданова**: *«Её основой был 12-ти тоновый звукоряд». А тоны этого звукоряда соответствовали тонам западной гаммы?*

– **svetlya44ok**: *Аня, спасибо за рассказ!! Все очень интересно! А что это за деревянные штуки в наборе для каллиграфии? Они еще лежат на белом коврикe. И еще вопрос:*

ты умеешь вырисовывать эти иероглифы по всем правилам каллиграфии, с соблюдением толщин?

– Кристина Миллер: *Ольга Олеговна, ваша статья **прекрасна! Продолжайте** образовывать массы! =)*

– jane_twein: *Очень красиво. Интересные они, эти китайцы, с какой стороны ни глянь) И вопрос, да) Я хотела бы попробовать писать иероглифы (просто интересно), специального набора у меня, понятное дело, нет), но попытаться же можно? И я поняла, что там есть особые правила. А кроме описанных вами нюансов, на что еще нужно обратить внимание, где об этом можно почитать, чтобы толково было написано?*

– igor_cooking: *А субтитры понятны были?*

– Leonyu: *А где это китайская опера? И когда еще будет?*

– Rafit: *А сама опера вам понравилась?*

Восхищение авторами блогов передается словосочетаниями *большой молодец, хорошо получается, немного завидовать*:

– a_me_lie: ***ты большой молодец, что стал рисовать, получается хорошо) обязательно продолжай!***)

– hofim: *Вот что совсем не мое – так это рисовать =) Поэтому **немного завидую**. И да, собирай уже пазл =)*

Исследованные комментарии читателей демонстрируют заинтересованность последних в предложенной блогерами теме и интерес к китайскому искусству. Репрезентация преимущественно положительных оценок относительно информации, представленной в текстах изучаемых блогов, даёт основание к заключению о формировании в целом позитивного восприятия медиаобраза Китая, формируемого в российской блогосфере. Читательские комментарии

способствуют популяризации китайского искусства, привлечению к нему внимания и побуждают глубже понимать китайскую культуру.

Выводы

1. Описывая особенности различных видов традиционного китайского искусства, авторы проанализированных текстов обращаются к имеющимся точкам зрения, раскрывая историю и развитие каждого вида, их жанры или стили, мастерство создателей произведений искусства. Репрезентация каждого аспекта характеризуется разнообразием языковых средств, обладающих коммуникативно-прагматическим потенциалом. На лексическом уровне ключевую роль играют специальная терминология, использование которой обеспечивает детализированное описание процесса создания шедевров, и эмоционально-оценочные слова, используемые как средство передачи авторского взгляда на произведение искусства и воздействия на читателя; для выражения символического характера некоторых видов искусства выступают абстрактные существительные; для знакомства с известными художниками и описания истоков разных видов искусства используются антропонимы, топонимы; темпоральная лексика служит средством описания богатой истории разных видов искусства. Среди единиц морфологического уровня наиболее частотны прилагательные в форме превосходной степени. Из единиц синтаксического уровня активно используются восклицательные предложения, однородные члены предложения, образные высказывания.

2. Отличительными особенностями современного китайского искусства являются гибридные формы воплощения. В исследованных текстах блогов о современном искусстве медийный образ Китая также создаётся через различные аспекты, основными являются: место и роль современного китайского искусства в стране и в мире; процесс развития современного искусства, его содержание и характеристика; художники современного искусства и их произведения. На фоне традиционного искусства универсальным является использование антропонимов, топонимов, темпоральной и специальной лексики. В качестве специфического аспекта описания современного искусства выделяется сравнение последнего с традиционным искусством. В языковой репрезентации активно реализуются контекстуальные антонимы. Анализ блогов о современном искусстве позволяет более полно исследовать медиаобраз Китая.

3. Невербальные компоненты, включённые в изучаемые блоги, представлены фотографиями и аудиовизуальными фрагментами музыкальных концертов и оперных спектаклей. Невербальные средства позволяют наглядно представить адресату своеобразие китайского традиционного и современного искусства, участвуют в обеспечении визуализации медиаобраза Китая, активизируя внимание читателя блога и повышая возможность распространения представлений о Китае, т.е. выполняют выраженную функцию воздействия.

4. Комментарий к блогу как новая форма обратной связи отражает восприятие информации адресатами. Основными языковыми средствами, которые используют читатели в комментариях, становятся прагматически нагруженные

языковые единицы: положительно-оценочная лексика, восклицательные и вопросительные предложения.

5. Медиаобраз необычного и загадочного Китая в сознании российских блогеров и адресатов преимущественно положительный. Китай, представляемый через призму традиционного искусства, воспринимается как страна, которая и в XXI в. сохраняет древние традиции и свою уникальную культуру, тесно связанную с национальной философией и мудростью народа. В изучаемых текстах блогов о современном китайском искусстве прослеживается идея о культурном влиянии на него других стран, при этом подчёркивается его своеобразие, которое привлекает внимание людей всего мира.

Заключение

Проведённое исследование подтвердило целесообразность избранной логики анализа: от идеи (изучение медиаобраза Китая в русскоязычных текстах)

– к источнику материала для исследования (новые медийные тексты, ориентированные на массового адресата, т.е. к текстам блогов как коммуникативно и прагматически направленным текстам); далее

– к конкретному материалу, на котором рассматривается данный медиаобраз (к текстам о традиционном и современном китайском искусстве как одном из самых уникальных феноменов страны); далее

– к интернет-комментариям читателей блогов как форме обратной связи.

Такая логика предопределила необходимость рассмотрения базовых вопросов медиалингвистической теории, связанной с медиадискурсом и медиатекстом, арт-медиадискурсом, традиционными и новыми медиа, блогом и комментарием к блогу, ключевым понятием работы *медиаобраз*.

Эмпирический материал – тексты русскоязычных блогов об искусстве Китая – обусловил изучение вопросов, связанных с искусством как культурным и коммуникативным феноменом. Интерактивность анализируемых текстов и коммуникативно-прагматический аспект, реализованный в работе, объясняют обращение к проблеме автора и адресата.

Собственно лингвистический характер работы проявился в последовательном лингвистическом анализе эмпирического материала, извлечённого из текстов русскоязычных блогов об искусстве Китая на примере пяти видов традиционного искусства (китайской оперы, живописи, художественной вышивки, каллиграфии, музыки) и современного «гибридного» искусства, а также в обобщении языковых средств, используемых российскими блогерами при описании разных видов китайского искусства, в выявлении универсальных и специфических средств репрезентации изучаемого медиаобраза. Важная роль в работе отведена языковым средствам, используемым в комментариях читателей блога, которые также расцениваются как участвующие в создании медиаобраза Китая.

В ходе исследования доказаны убедительность и перспективность подхода к материалу, который ярко продемонстрировал разноаспектность описания китайского искусства, расцениваемого в работе в качестве важнейшей составляющей медиаобраза страны с древней историей.

Осуществлённый в исследовании подход способствует развитию теории, связанной с медийными образами, а также вносит вклад в изучение текстов новых медиа и арт-медиа-дискурса, расширяет представление о современных коммуникативных процессах в медиасфере.

Исследование продемонстрировало, что медиаобраз страны представляет собой сложный по структуре и коммуникативному функционированию научный феномен, реализующийся на пересечении разных наук, базируется на теории и методологии лингвистики, теоретической и практической журналистики, культурологии, социологии, психологии.

Методики, применённые в разработке идеи и её доказательстве, вносят вклад в расширение и уточнение представлений о возможностях изучения медиаобраза стран.

Реализованный в изучении медиаобраза страны подход, осуществленный через призму ее традиционного и современного искусства, заложил основу для новых подходов к изучению медийных образов.

Список использованных источников и литературы

Источники

Источники текстов блогов о китайской опере

<https://stranna.livejournal.com/80234.html>
<https://andrusha-bey.livejournal.com/87952.html>
<https://valeryshanin.livejournal.com/800193.html>
<https://tourism-il.livejournal.com/6714654.html>
<https://vova-91.livejournal.com/10378582.html>
<https://prentrosi.livejournal.com/341788.html>
<https://srshadow.livejournal.com/304748.html>
<https://b-picture.livejournal.com/1349604.html>
<https://oluvia.livejournal.com/175061.html>
<https://kosarex.livejournal.com/3545755.html>
<https://li-isa.livejournal.com/136595.html>
<https://magazeta.com/beijing-opera-school>
<http://www.laovaev.net/kitajskaya-opera/>
<https://magazeta.com/rev-opera-modernity>
<https://deepshades85.livejournal.com/27850.html>
<https://yartsevama.livejournal.com/180571.html>
<https://yartsevama.livejournal.com/176694.html>
<https://yartsevama.livejournal.com/182433.html>
<https://yartsevama.livejournal.com/176528.html>
<https://yartsevama.livejournal.com/174139.html>
<https://yartsevama.livejournal.com/176295.html>

<https://magazeta.com/wuju-opera>
<https://p0mawka.livejournal.com/9672.html>
<https://magazeta.com/mei-lanfang>
<https://magazeta.com/li-yugang-wang-zhaojun>
<https://nosh2.livejournal.com/53520.html>

Источники текстов блогов о китайской музыке

<https://zoujei.livejournal.com/13322.html>
<https://anothercity.livejournal.com/2330010.html>
<https://nekul29.livejournal.com/251975.html>
<https://yulaviy.livejournal.com/4988.html>
<https://magazeta.com/archive-music>
<https://magazeta.com/longfeng>
<https://lilu-za.livejournal.com/109254.html>
<https://cyanistes.livejournal.com/22657.html>
<https://savoj12.livejournal.com/42421.html>
<https://zen.yandex.ru/media/imaginereview/o-tradicionnoi-kitaiskoi-muzyke-5f48edbecedca309d6cf9eac>
<https://zen.yandex.ru/media/id/5e70fcb7d62d417b2fa92038/melod-ii-dlia-gucinia-i-fleity-muzykalnyi-simvolizm-v-kitaiskoi-kulture-6097eaf94fade3788b39d6a7>
<https://zen.yandex.ru/media/dailyculture/muzykalnye-instrumenty-kitaia-5f188d07d42d364006f4d190>

Источники текстов блогов о китайской каллиграфии

<https://magazeta.com/zenmeban-calligraphy/>
<https://nu4to.livejournal.com/518912.html>
<https://baimao-ru.livejournal.com/1790.html>
<https://world-china.livejournal.com/100377.html>
<https://ru-antiques.livejournal.com/20439.html>

<https://its-rainy-now.livejournal.com/129528.html>
<https://centre-wu-de.livejournal.com/1278.html>
<https://flashdecor.livejournal.com/30233.html>
<https://zen.yandex.ru/media/tairtd/kalligrafiia-istoriia-osobennosti-stili-5ab8a2071aa80cfb1f2ee8b4>

Источники текстов блогов о китайской живописи

<https://dveimperii-ru.livejournal.com/8113.html>
<https://bananafishka.livejournal.com/137688.html>
<https://krina-kamila.livejournal.com/9082.html>
<https://kovlam.livejournal.com/1093416.html>
<https://andrei-n.livejournal.com/37230.html>
<https://luddik.livejournal.com/295411.html>
<https://ta-marina.livejournal.com/35977.html>
<https://eva-k2.livejournal.com/1455477.html>
<https://annutta-12.livejournal.com/73612.html>
<https://kovlam.livejournal.com/2340825.html>
<https://baimao-ru.livejournal.com/562.html>
<https://komminus.livejournal.com/80217.html>
<https://np-morozova.livejournal.com/366622.html>
<https://krina-kamila.livejournal.com/9082.html>

Источники текстов блогов о китайской художественной вышивке

<https://tanjand.livejournal.com/80918.html>
<https://alionushka1.livejournal.com/1451177.html>
<https://odri-maat.livejournal.com/165975.html>
<https://aleks070565.livejournal.com/5373062.html>
<https://irisinlove.livejournal.com/8036.html>
<https://kolybanov.livejournal.com/19187270.html>

<https://kultura-art.livejournal.com/6807201.html>

<https://tovra.livejournal.com/196481.html>

<https://alionushka1.livejournal.com/1061142.html>

<https://finka-free.livejournal.com/564911.html>

<https://businka-bussi.livejournal.com/18641.html>;

<http://businka32.ru/forum/29-1610-1>

<https://gelshtat.livejournal.com/1232.html%2013>

<https://kolybanov.livejournal.com/8552695.html>

<https://aleks070565.livejournal.com/5687563.html>

<https://tigra-olga.livejournal.com/2975511.html>

<https://vasily-sergeev.livejournal.com/1611805.html>

Источники текстов

о китайском современном искусстве

<https://zen.yandex.ru/media/id/5eff21aa2c6b024bbccc890b/sovremennoe-iskusstvo-kak-vajnaia-statia-ideologicheskogo-i-ekonomicheskogo-eksporta-v-kitae-5f0c8475067e163ef18ee6c9>

<https://zen.yandex.ru/media/artplay/ne-kovidom-edinym-jutkovatoe-sovremennoe-iskusstvo-kitaia-5fb508c96bd43436fca2f7c5>

<https://zen.yandex.ru/media/theworldstudy/sovremennoe-kitaiskoe-iskusstvo-5b6026e2d908d200a9e1eef5>

<https://zen.yandex.ru/media/id/5ba7c8db73b94800aa7f6b27/top10-glavnye-imena-sovremennogo-aziatskogo-iskusstva-5dcd7f840e31153f81c15f45>

https://zen.yandex.ru/media/chinese_dreams/sovremennoe-kitaiskoe-iskusstvo-kakoe-ono-5db800d5fc69ab00acbad99c

<https://magazeta.com/contemporary-chinese-art>

<https://magazeta.com/contemporary-chinese-art-2/>

<https://magazeta.com/chinese-contemporary-art-3/>

<https://rusak.livejournal.com/499254.html>
<https://knrologia.livejournal.com/1018.html>
<https://shadberry-game.livejournal.com/45560.html>
<https://furrycobra.livejournal.com/240411.html>
<https://haimpos.livejournal.com/208470.html>
<https://tetja-diana.livejournal.com/18054.html>

Литература

- Абдуллина, Л.Р. Интернет-комментарий как отражение национального мировосприятия / Л.Р. Абдуллина // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Серия: Филология. Журналистика. 2016. № 1. С. 5–6.
- Акавов, Р.З. К вопросу об особенностях русской журналистики: атрибутивный аспект / Р.З. Акавов // Известия ДГПУ. Общественные и гуманитарные науки. 2016. № 1 (34). С. 30–34.
- Акопов, А.И. Взгляд на проблемы сетевой журналистики изнутри и снаружи интернета // Ростовская электронная газета. 2000. № 15 (45). URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=main&level2=articles&textid=1451> (дата обращения: 18.01.2022).
- Алексеев, В.М. Наука о Востоке: Статьи и документы / В.М. Алексеев. М. : Наука, 1982. 536 с.
- Алтухова, И.Н. Формирование международного имиджа КНР в современном мире / И.Н. Алтухова // Science Time. 2015. № 9 (21). С. 16–22.
- Алябьева, А.Г. Китайская опера провинции Хэнань: проблемы анализа / А.Г. Алябьева, Д. Яо // Южно-Российский музыкальный альманах. 2020. № 2. С. 104–111.

- Ан, С.А. Искусство Китая в евразийской культуре / С.А. Ан // Культура в евразийском пространстве: традиции и новации. 2019. № 1 (3). С. 58–61.
- Андреев, А.С. Разновидности корпоративных блогов и аспекты их применения в бизнесе компании / А.С. Андреев, Е.Е. Карпович // ГИАБ. 2011. № S6. С. 545–551.
- Ануфриева, Н.А. Блогосфера как открытое информационное пространство: опыт классификации / Н.А. Ануфриева // Поволжский педагогический поиск. 2016. № 1 (15). С. 81–84.
- Арсентьева, А.Д. Причины проявления интолерантности в социальных медиа: анализ контента блогов и комментариев на ресурсе «Яндекс.Дзен» / А.Д. Арсентьева, А.А. Морозова // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 1 (39). С. 88–94. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10109
- Артамонова, Ю.Д. Герменевтический аспект языка СМИ / Ю.Д. Артамонова, В.Г. Кузнецов // Язык средств массовой информации : учеб. пособие для вузов / под ред. М.Н. Володиной. М., 2008. С. 99–118.
- Архангельский, Ю.Е. Искусство в дискурсе советской культуры / Ю.Е. Архангельский // Культурная жизнь Юга России. 2017. № 3. С. 17–19.
- Аслан Эбру. Языковые средства создания образа политического деятеля в американских и британских СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Аслан Эбру. М., 2017. 20 с.
- Аширова, Н.А. Система внешнеполитических приоритетов Китая / Н.А. Аширова // Дипломатическая служба. 2011. № 1. С. 46–51.
- Бабитова, Л.В. Языковые средства репрезентации американского политического блог-дискурса : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Л.В. Бабитова. Пятигорск, 2017. 28 с.

- Баженова, Е.А. Блог как интернет-жанр / Е.А. Баженова, И.А. Иванова // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2012. № 4. С. 125–137.
- Баженова, Е.Ю. Интернет-газета как новый вид СМИ / Е.Ю. Баженова // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 62. С. 161–165.
- Балакина, Ю.В. Блоги – новое явление в текстовой лингвистике / Ю.В. Балакина // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. № 1. С. 100–103.
- Барабаш, В.В. Особенности воздействия медиаобраза на аудиторию женских журналов / В.В. Барабаш, Т.В. Сезонов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 8. С. 207–211.
- Баротов, И.И. Геополитический имидж Китая в центрально-азиатском регионе: переход от «мягкой силы» к «мягкой гегемонии» / И.И. Баротов // Известия Института философии, политологии и права имени А. Баховадинова Академии наук Республики Таджикистан. Душанбе, 2019. С. 174–181.
- Бастрон, А.А. Медиаконвергенция в СМИ: проблемы и перспективы их решения в журналистском образовании / А.А. Бастрон, Е.В. Желудева // История и архивы. 2016. № 4 (6). С. 133–142.
- Бахтин, М.М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет / М.М. Бахтин. М. : Худож. лит., 1975. 504 с.
- Белозёрова, В.Г. Анатомия традиционной китайской живописи / В.Г. Белозёрова // Общество и государство в Китае. 2015. № 18-2. С. 342–370.
- Белоусова, Ю.В. Медиаобраз в культурной коммуникации: репрезентация религии в медиапространстве : автореф. дис. ... канд. филос. наук / Ю.В. Белоусова. Челябинск, 2015. 26 с.

- Бессонова, Л.А. Диалог искусство на занятиях РКИ / Л.А. Бессонова // Сборник научных трудов по материалам XVIII Международной научно-практической конференции. Научно-исследовательский центр «Диалог». Иваново : Индивидуальный предприниматель Цветков Алексей Александрович, 2018. С. 61–63.
- Бирюкова, Ю.В. Новые медиа как современная коммуникационная среда для взаимодействия СМИ и аудитория / Ю.В. Бирюкова, Э.А. Новгородова, Е.Г. Кичкина // МНИЖ. 2021. № 2-2 (104). С. 137–140.
- Благодер, Ю.Г. Образ Китая в письменных свидетельствах российских путешественников и дипломатов XVII – начала XX в. : автореф. дис. ... канд. ист. наук / Ю.Г. Благодер. Краснодар, 2005. 26 с.
- Благодер, Ю.Г. Образ Китая в сознании российского образованного общества XVII начала XX в. / Ю.Г. Благодер, С.С. Минц // Вестник РУДН. История России. 2011. № 3. С. 110–126.
- Богаделина, М.Е. Проблемы восприятия: современная китайская масляная живопись глазами западного зрителя / М.Е. Богаделина // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2018. № 2 (88). С. 107–111. DOI: 10.30853/manuscript.2018-2.24
- Богдан Е.Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики / Е.Н. Богдан // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2007. № 4. С. 122–127.
- Бодрова, О.И. Культурологический аспект формирования международного имиджа современного Китая / О.И. Бодрова // Приволжский научный журнал. 2013. № 2 (26). С. 164–169.

- Бойко, Е.И. Современные СМИ в сети Интернет и их влияние на мировую культуру / Е.И. Бойко // Управленческое консультирование. 2017. № 6 (102). С. 163–169.
- Болотнова, Н.С. О некоторых жанрово-стилистических особенностях блога в аспекте регулятивности / Н.С. Болотнова // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2012. Вып. № 1 (116). С. 211–216.
- Большая советская энциклопедия. URL: <https://gufo.me/dict/bse> (дата обращения: 18.01.2022).
- Бондарькова, А.В. Самопрезентация как особый интернет-жанр (на материале русскоязычных блогов) / А.В. Бондарькова // Вопросы психолингвистики. 2014. № 19. С. 78–91.
- Брагина, Н.Н. Музыкальная культура Китая первой половины XX века. Диалог европейского и национального / Н.Н. Брагина, Ц. Ван // Вестник культурологии. 2021. № 2 (97). С. 63–78.
- Будаева, Т.Б. Современные реалии китайского традиционного театра сицуй / Т.Б. Будаева // Вестник музыкальной науки. 2016. № 1 (11). С. 21–29.
- Бузмакова, О.В. Образ Китая и китайцев в современном русском православном сознании : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Благовещенск, 2008. 26 с.
- Булдакова, Ю.В. Автодокументалистика и тексты интернет-словесности: точки взаимовлияния // Вестник ТГГПУ. 2014. Вып. 3 (37). С. 85–90.
- Бурмистрова, Н.Ф. Традиционная китайская живопись (гохуа) и её современное значение / Н.Ф. Бурмистрова, Ю.В. Иванова // Материалы V Международной научно-практической конференции. Чита : ЗабГУ, 2018. С. 80–84.
- Бурнаев, А.Г. Проблема классификации искусств в теории Платона и Аристотеля / А.Г. Бурнаев // Известия Самарского научного центра РАН. 2011. № 2-2. С. 465–467.

- Вакурова, Н.В. Концепции современных российских интернет-изданий / Н.В. Вакурова, Л.И. Московкин // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2001. № 6. С. 44–55.
- Ван, П. Влияние русской художественной школы на развитие китайской традиции живописи маслом / П. Ван // Учёные записки ЗабГУ. Серия: Философия, социология, культурология, социальная работа. 2013. № 4 (51). С. 207–214.
- Ван, С. Китай в печатных российских СМИ: номинативный аспект : дис. ... канд. филол. наук / С. Ван. СПб., 2012а. 187 с.
- Ван, С. Народ и культура Китая в российской прессе / С. Ван // Учёные записки ЗабГУ. Серия: Филология, история, востоковедение. 2012б. № 2. С. 222–227.
- Ван, Д. Великий шелковый путь в истории китайской музыкальной культуры : автореф. дис. ... канд. искусствоведения / Д. Ван. СПб., 2004. 27 с.
- Ван, Ф. Современное искусство Китая в контексте мирового художественного процесса : автореф. дис. ... канд. искусствоведения / Ф. Ван. М., 2008. 24 с.
- Ван, Ц. Символизм китайской живописи / Ц. Ван // Вестник ЗабГУ. 2009. № 6. С. 13–18.
- Варганова, Е.Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ // Информационное общество. 2008. Вып. 5–6. С. 37–39. URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/9f381b9f3747cc63c3257576003a8c8c> (дата обращения: 07.12.2021).
- Васильева, А.Н. Газетно-публицистический стиль речи / А.Н. Васильева. М. : Русский язык, 1982. 198 с.
- Ветошкина, З.А. Особенности арт-дискурса в современном медиапространстве / З.А. Ветошкина // Русский язык: исторические судьбы и современность : V Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, 18–21 марта 2014 г.) : труды и материалы / сост. М.Л. Ремнева,

- А.А. Поликарпов, О.В. Кукушкина. М. : Изд-во Моск. ун-га, 2014. С. 371–372.
- Виноградов, В.В. О теории художественной речи / В.В. Виноградов. М. : Высшая школа, 1971. 239 с.
- Водолагин, А.Л. Интернет-СМИ как арена политической борьбы / А.Л. Водолагин // *Общественные науки и современность*. 2002. № 1. С. 49–67.
- Волкова, Т.Н. Потенциал народного искусства в формировании культурологической компетенции учащихся / Т.Н. Волкова, В.В. Медведева // *Дискуссия*. 2016. № 6 (69). С. 116–120.
- Волохонский, В.Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов / В.Л. Волохонский // *Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность* / под ред. В.Л. Волохонского, Ю.Е. Зайцевой, М.М. Соколова. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2006. С. 117–131.
- Вязигина, С.Ю. Экспериментальное исследование русского мультимедийного текста интернет-блога в аспекте ценностного воздействия : автореф. дис. ... канд. филол. наук / С.Ю. Вязигина. Омск, 2019. 22 с.
- Гайдай, П.В. Диалог культур как ведущая тенденция в современном музыкально-педагогическом образовании России и Китая / П.В. Гайдай // *Гуманитарный вектор*. Серия: Педагогика, психология. 2011. № 1. С. 25–28.
- Гайдай, П.В. Роль традиционной музыкальной культуры в развитии фортепианного искусства Китая / П.В. Гайдай // *Известия ВГПУ*. 2014. № 3 (88). С. 61–64.
- Галинская, Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике / Т.Н. Галинская // *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2013. № 11. С. 91–94.
- Ген-Ир, У. Формирование музыкальной культуры в Древнем Китае / У. Ген-Ир // *Известия Российского государственного*

- педагогического университета им. А.И. Герцена. 2009. № 89. С. 139–147.
- Герасимчук, Д.М. Образ Кемеровской области в обыденном языковом сознании жителей страны как результат политического позиционирования региона / Д.М. Герасимчук, Н.В. Мельник // Филология и человек. 2019. № 2. С. 111–123.
- Гермашева, Т.М. Языковая личность субъекта блог-дискурса : лингво-когнитивный аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т.М. Гермашева. Ростов н/Д, 2011. 20 с.
- Геро, И.К. Значение интегрированных уроков на основе художественного текста, произведений живописи и музыки для развития речи учащихся / И.К. Геро // Проблемы современного образования. 2013. № 1. С. 73–83.
- Глушкова, Т.С. Медиаобраз как инструмент создания территориального имиджа: когнитивный аспект / Т.С. Глушкова, О.А. Зайцева // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2017. № 3 (29). С. 50–57.
- Го, Л. Лексическая репрезентация образа Китая в российском публицистическом дискурсе / Л. Го // Научный диалог. 2019. № 3. С. 38–53. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-3-38-53
- Го, С. Влияние советской живописи 1950–1960-х годов на развитие китайского изобразительного искусства: рецепции и традиции в художественной жизни Китая / С. Го // Культура и искусство. 2017. № 2. С. 1–5.
- Голубан, К.А. Роль символа в Пекинской опере / К.А. Голубан // Китай: история и современность : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. С. 205–211.
- Гомес, К.Д. Китайское современное искусство после культурной революции: биеннальное движение / К.Д. Гомес // Человек в мире культуры. 2017. № 2-3. С. 156–159.

- Гончаров, Д.К. Технологии рекламной журналистики / Д.К. Гончаров // МНИЖ. 2019. № 7-2 (85). С. 70–72.
- Горбаль, Д.Э. Современные подходы к феномену медиаобраза / Д.Э. Горбаль // Наука и образование сегодня. 2020. № 11 (58). С. 72–75.
- Горбачева, С.А. Творчество Ван Гуани и политический поп-арт в контексте современного искусства в Китае / С.А. Горбачева // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2014. № 43. С. 80–85.
- Горошко, Е.И. Виртуальное жанроведение / Е.И. Горошко // Ученые записки Таврического национального ун-та им. В.И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации. 2011. Т. 24 (63), № 1, ч. 1. С. 105–124.
- Горошко, Е.И. Жанровая экология интернета / Е.И. Горошко, Н.А. Саенко // Наукові записки Луганського національного університету. Вип. 6, т. 3. Серія: Філологічні науки : зб. наук. праць [Норми та парадокси свідомості й мислення]. Луганськ : Альма-матер, 2006. С. 312–331.
- Горшкова, Е.И. Блог как вид интернет-коммуникации : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е.И. Горшкова. СПб., 2013. 23 с.
- Григорян, С.В. Современный медиаобраз России на отечественном телевидении : автореф. дис. ... канд. филол. наук / С.В. Григорян. М. : [б. и.], 2016. 18 с.
- Гудимова, С.А. Символика китайской музыки / С.А. Гудимова // Вестник культурологии. 2003. № 3. С. 177–186.
- Гужва, О.П. Искусство как репрезентант духовной культуры / О.П. Гужва // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2012. № 1 (11). С. 15–25.

Дай, Ч. Ситуация современного искусства в Китае: традиция и постмодернизм / Ч. Дай // Культура и искусство. 2020. № 8. С. 1–10.

Дахалаева, Е.Ч. Интернет-комментарии портала «Новости Mail.ru» как объект лингвистического исследования / Е.Ч. Дахалаева // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 6. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=11418>.

Деменова, В.В. Искусство Азии: Китай и Япония : учеб.-метод. пособие. Рекомендовано методическим советом УрФУ в качестве учебно-методического пособия для студентов, обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры по направлениям подготовки 50.03.03 «История искусств» / В.В. Деменова. Екатеринбург : Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2017. 60 с.

Дианова, В.М. Искусство как форма общения / В.М. Дианова // Искусство в системе культуры. Социологические аспекты. Л., 1981. С. 90–94.

Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов / Т.Г. Добросклонская. М. : УРСС Эдиториал, 2005. 288 с.

Добросклонская, Т.Г. Масс-медийный дискурс в системе медиалингвистики / Т.Г. Добросклонская // Медиалингвистика: междунар. науч. журн. 2015. № 1 (6). С. 45–57.

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

Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления / Т. Г. Добросклонская. М. : КДУ, Добросвет, 2020. 178 с. DOI: 10.31453/kdu.ru.91304.0107

- Доманский, В.А. Искусство и литература как самосознание культуры / В.А. Доманский, С.И. Ануфриев // Вестник ТГПУ. 1997. Вып. 1. С. 36–39.
- Донченко, А.И. Влияние даосской философии на искусство китайской каллиграфии / А.И. Донченко // Восточная Азия: факты и аналитика. 2019. № 1. С. 47–55.
- Драчева, Ю.Н. Понятие медиаобраза и его описание в языковедческом и неязыковедческом аспектах / Ю.Н. Драчева // Вестник Череповецкого государственного университета. 2019а. № 2 (89). С. 134–146.
- Драчева, Ю.Н. Медиаобраз локальной устной речевой культуры: когнитивно-языковые механизмы : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Ю.Н. Драчева. Архангельск, 2019б. 39 с.
- Ду, Ц. Особенности имиджа КНР в русскоязычных печатно-сетевых СМИ Китая : дис. ... канд. филол. наук / Ц. Ду. М., 2017. 174 с.
- Дускаева, Л.Р. Медиалингвистика в России: становление структуры и векторы развития / Л.Р. Дускаева // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2018. № 6. С. 48–75.
- Ергалиева, С.Ж. Лингвоперсонологический потенциал политических интернет-комментариев / С.Ж. Ергалиева, Н.В. Мельник // Политическая лингвистика. 2019. № 3 (75). С. 46–53.
- Ефремова, Т.Ф. Новый словарь русского языка: толково-словообразовательный / Т.Ф. Ефремова. – М. : Русский язык, 2000.
- Желтухина, М.Р. Медиадискурс / М.Р. Желтухина // Дискурс-Пи. 2016. № 3-4. С. 292–296.
- Зайнуллин, Г.Г. Лингвопрагматические особенности комментария в арабоязычной блогосфере / Г.Г. Зайнуллин, А.М. Хабибуллина // Ученые записки Казан. ун-та. Серия: Гуманит. науки. 2016. № 6. С. 1609–1619.

- Замятин, Д.Н. Геокультура: образ и его интерпретации / Д.Н. Замятин // Вестник Евразии. 2002. № 2. С. 5–17.
- Землякова, Е.А. Концепция адресанта в жанре англоязычного корпоративного блога / Е.А. Землякова // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2011. № 2-2. С. 136–139.
- Землянова, Л.М. О процессах интернет-издания медиа и медиатизации интернета / Л.М. Землянова // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика. 2005. № 5. С. 57–71.
- Зенищева, О.Н. Оценочные комментарии в новостном дискурсе / О.Н. Зенищева // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2021. № 2. С. 15–22.
- Зубков, И.Г. Жанр, язык и стиль веб-публикаций. Анализ контентной составляющей интернет-текстов / И.Г. Зубков // Russian Journal of Education and Psychology. 2013. № 10 (30). С. 21–31.
- Иванько, А.Ф. Блоги в системе сетевых коммуникаций / А.Ф. Иванько, М.А. Иванько, К. Гомзелева // Символ науки. 2017. № 2. С. 55–60.
- Иващенко, Е.Г. Имидж КНР в русскоязычной онлайн-газете «Женьминь Жибао»: стратегии формирования / Е.Г. Иващенко, И.А. Кунгушева // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. 2019. № 4 (104). С. 74–80.
- Ильин, Д.А. Эволюция взглядов на классификацию видов искусства (от античности до XX в.) / Д.А. Ильин // Вестник ЧГАКИ. 2013. № 4 (36). С. 107–110.
- Исаченко, В.И. Образ Китая и китайцев в русской ментальности второй половины XIX – начале XX в. (философско-религиоведческий анализ) : дис. ... канд. филос. наук / В.И. Исаченко. Благовещенск : АмГУ, 2005. 190 с.

- Искусство // Большая советская энциклопедия : [в 30 т.] / гл. ред. А.М. Прохоров. 3-е изд. М. : Советская энциклопедия, 1969–1978.
- Йылмаз, М. Экспрессивно-оценочная лексика в женской речи в русской блогосфере (на фоне турецкой блогосферы) / М. Йылмаз // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 4-2 (82). С. 363–367. DOI: 10.30853/filnauki.2018-4-2.34
- Каган, М.С. Морфология искусства : учебник / М.С. Каган. М. : Искусство, 1972. 426 с.
- Казак, М.Ю. Специфика современного медиатекста / М.Ю. Казак // Современный дискурс-анализ. 2012. № 1 (6). С. 30–41.
- Казаков, Е.Ф. Искусство как выражение «души культуры» / Е.Ф. Казаков, Л.П. Типикина // Вестник КемГУ. 2015. № 1-4 (61). С. 202–205.
- Казнова, Н.Н. Психолингвистические особенности коммуникации в блогах / Н.Н. Казнова // Языковое бытие человека и этноса. 2010. № 17. С. 44–47.
- Казнова, Н.Н. Трансформация языковой личности в интернет-коммуникации (на примере французской блогосферы) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. / Н.Н. Казнова. Пермь, 2011. 23 с.
- Калинина, Г.Н. Китайская музыкальная культура в государственной образовательной политике КНР / Г.Н. Калинина, Бэр Сум, Аотгенхуар // НОМОТНЕТИКА: Философия. Социология. Право. 2021. № 1. С. 179–184.
- Калинина, Н.С. Иноцивилизационные составляющие российского культурно-исторического самосознания : Китай – Европа – Россия. XVIII век : автореф. дис. ... канд. ист. наук / Н.С. Калинина. М., 2004. 26 с.

- Калмыков, А.А. Проблема жанрового различения веб-публикаций / А.А. Калмыков // Журналист. Социальные коммуникации. 2011. № 2. С. 43–48.
- Каминская, Т.Л. Автор и адресат в современных медиатекстах / Т.Л. Каминская // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2008. № 2-II. С. 314–319.
- Каминская, Т.Л. Арт-дискурс в региональных интернет-медиа / Т.Л. Каминская // Вестник НовГУ. 2015. № 4-1 (87). С. 13–15.
- Карякина, К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента / К.А. Карякина // Медиаскоп. 2010. № 1. С. 6–9.
- Киреев, П.С. Новые медиа в современном информационно-коммуникационном пространстве / П.С. Киреев // Социология. 2010. № 2. С. 115–127.
- Кирсанова, А.М. Образ Китая в российских специализированных Интернет-СМИ / А.М. Кирсанова // Архонт. 2019. № 3 (12). С. 55–61.
- Ковалева, Е.В. Визуальные и аудиальные искусства: к вопросу о классификации видов искусств / Е.В. Ковалева, Д.С. Мякишева // Евразийский союз ученых. 2018. № 5-2 (50). С. 7–10.
- Ковач, О.А. Принципы конструирования медиаобраза государства / О.А. Ковач // Медиасреда. 2019. № 1. С. 57–62.
- Козлов, А.М. Религиозно-философские, нравственно-этические и психофизические основы боевых искусств Востока / А.М. Козлов // Вестник ТГУ. 2013. № 9 (125). С. 342–346.
- Козлова, Н.С. Основные маркеры категории образа автора в блогах / Н.С. Козлова // Вестник ЧелГУ. 2012. № 2 (256). С. 50–52.

- Колесниченко, А.В. Комментарий / А.В. Колесниченко // Практическая журналистика : учеб. пособие. М. : Изд-во Моск. ун-та, 2008. С. 73–86.
- Колокольцева, Т.Н. Проблемы изучения диалогической коммуникации и специфика интернет-диалогов (на примере блога) / Т.Н. Колокольцева // Культура и текст. 2021. № 1 (44). С. 197–205.
- Коломиец, Г.Г. Искусство как способ быть в мире, или к вопросу о коммуникативной функции искусства / Г.Г. Коломиец // Вестник ОГУ. 2007. № 7. С. 158–162.
- Колосова, А.А. Новые СМИ как символ трансформации медиаландшафта информационного общества / А.А. Колосова, А.А. Шнайдер // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 4-1 (58). С. 20–23.
- Комиссарова, Н.Г. Блог как объект лингвистического анализа / Н.Г. Комиссарова, Н.В. Макарова // Дневник науки. 2020. № 12 (48). С. 36.
- Коновалова, О.С. Формирование термина «желтая экспансия» относительно образа Китая в средствах массовой информации / О.С. Коновалова // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2011. № 3. С. 74–81.
- Коньков, В.И. Речевая структура газетных жанров : учеб. пособие / В.И. Коньков. СПб. : Роза мира, 2004. 221 с.
- Копытов, О.Н. Образ автора и авторское начало: разграничение и области применения понятий / О.Н. Копытов // Вестник Томского государственного университета. 2010. № 334. С. 11–14.
- Костева, В.М. Русскоязычная и китайская блогосфера культурной направленности / В.М. Костева, Лю Юйхань // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2021. Вып. 9 (851). С. 238–248.

- Костомаров, В.Г. Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В.Г. Костомаров. М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова: Издательский Дом (типография), 1971. 268 с.
- Кочеткова, М.О. Жанровая динамика дискурса блогосферы : социолингвистический аспект : дис. ... канд. филол. наук / М.О. Кочеткова. Томск, 2016а. 252 с.
- Кочеткова, М.О. Трансформация «образа автора» в блоге как отражение социокультурно обусловленной жанровой динамики блогосферы (на примере блогов, реализующих политическую тематику) / М.О. Кочеткова // Вестник Томского государственного университета. 2016б. № 407. С. 17–24.
- Кошкарлова, Н.Н. Русскоязычные СМИ Китая как инструмент формирования медиаимиджа страны и мира / Н.Н. Кошкарлова // Полит. лингвистика. 2017. № 5 (65). С. 85–88.
- Кремнева, Т.А. К вопросу об основных характеристиках памятников китайской каллиграфии периода Западного Чжоу / Т.А. Кремнева // Вестник современных исследований. 2018. С. 628–629.
- Кривенко, Б.В. Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект / Б.В. Кривенко. Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1993. 136 с.
- Кривцун, О.А. Искусство как феномен культуры / О.А. Кривцун // Художественная культура. 2018. № 1 (23). С. 2–31.
- Кузиленков, А.В. Новые и старые медиа / А.В. Кузиленков // Новые медиа для современной молодежи : сборник научных статей по материалам III Международной научно-практической конференции / под ред. Л.Е. Виноградовой, Е.Н. Туголуковой. СПб., 2019. С. 57–59.
- Кузнецова, Е.И. Русское изобразительное искусство как дидактический материал на уроках РКИ (элементарный уровень

- А1) / Е.Н. Кузнецова // Современная парадигма преподавания и изучения русского языка как иностранного : материалы международной научно-практической конференции / под общ. ред. С.А. Вишнякова. М. : Московский педагогический государственный университет, 2019. С. 200–203.
- Кузьменко, Л.И. Искусство Китая. Путеводитель по постоянной экспозиции / Л.И. Кузьменко. М. : Государственный музей Востока, 2013. 138 с.
- Кузьмина, Е.В. К вопросу о жанровом разнообразии текстов интернет-коммуникации / Е.В. Кузьмина // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2014. № 2. С. 159–165.
- Кулажко, С.А. Жанры сетевого общения / С.А. Кулажко // Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л.Р. Дускаевой. М. : ФЛИНТА, 2018. 440 с.
- Куланина, Е.М. Каллиграфические традиции в культуре и образовании современного Китая / Е.М. Куланина // Концепт: философия, религия, культура. 2019. № 3 (11). С. 143–157.
- Курейко, В.В. Метафорическая репрезентация «Евромайдана» в комментариях новостных порталов / В.В. Курейко // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2017. № 1. С. 97–103.
- Лай, Л. Медиаобраз первой леди как элемент «мягкой силы» в публичной дипломатии Китая / Л. Лай // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2017. № 3. С. 455–465.
- Ланцевская, Н.Ю. Медиаобраз территории как комплекс стереотипов брендинга места / Н.Ю. Ланцевская // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2015. № 4 (28). С. 101–103.
- Лебедева, Е.Г. Блог как средство журналистской коммуникации / Е.Г. Лебедева // Национальная ассоциация ученых. 2021. № 36-4. С. 56–59.

- Лебедько, Е.М. Особенности текстов, публикуемых в интернете / Е.М. Лебедько // Вестник ЮГУ. 2006. № 4 (5). С. 87–88.
- Ли, Я. Современная китайская опера / Я. Ли. Ганьсу : Изд-во Ганьсу, 1998. 150 с.
- Ли, Я. Экономический имидж Китая в российских социальных сетях / Я. Ли, С. Сюй // Проблема Дальнего Востока. М., 2019. С. 152–161.
- Лихачев, Д.С. Избранные труды по русской и мировой культуре / Д.С. Лихачев. СПб. : Изд-во СПбГУП, 2006. 416 с.
- Лозовский, Б.Н. Журналистика и средства массовой информации : крат. словарь. 2-е изд., испр. и доп. / Б.Н. Лозовский. Екатеринбург : Урал. гос. ун-т, 2007. 306 с.
- Лу, Х. Об искусстве Китая и России, историография взаимного влияния / Х. Лу // Наука и школа. 2021. № 2. С. 223–228.
- Лукин, А.В. Медведь наблюдает за драконом. Образ Китая в России в XVII–XX веках / А.В. Лукин. М. : АСТ: Восток–Запад, 2007. 598 с.
- Лутовинова, О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса : дис. ... д-ра филол. наук / О.В. Лутовинова. Волгоград, 2009. 160 с.
- Лысакова, И.П. Тип газеты и стиль публикации: опыт социолингвистического исследования / И.П. Лысакова. Л. : Ленинградский государственный университет, 1989. 183 с.
- Лю, Л. Особенности традиционной китайской музыки / Л. Лю, О.Ю. Горбачкая // Диалог культур – диалог о мире и во имя мира. 2016. № 1. С. 81–84.
- Лю, Ч. Искусство музыкального театра – опера / Ч. Лю. Ланчжоу, 2000. 471 с.
- Лю, Я. Влияние восточной философии на китайскую национальную живопись / Я. Лю // Вестник КазГУКИ. 2018. № 1. С. 83–88.

- Ляо, Д. Переориентация современного китайского изобразительного искусства после движения «Новая волна 85» / Д. Ляо // Искусство и диалог культур : сборник научных трудов XII Международной межвузовской научно-практической конференции / под ред. С.В. Анчукова, Т.В. Горбуновой, О.Л. Некрасовой-Каратеевой. СПб. : Общество с ограниченной ответственностью «Книжный дом», 2018. С. 76–81.
- Ляпун, С.В. Вербализация эмоциональной напряженности в интернет-комментариях читателей «Новой газеты» / С.В. Ляпун, Г.В. Соколова // Вестник Адыгейского государственного университета. 2016. № 4. С. 231–235.
- Мадей, Е.Д. Использование произведений изобразительного искусства в процессе преподавания РКИ / Е.Д. Мадей // Сборник материалов IV Международной научно-методической онлайн-конференции. Курск : Курский государственный медицинский университет, 2019. С. 423–428.
- Максимова, Т.О. Блог в интернет-коммуникации: структура, функции, литературный потенциал / Т.О. Максимова // Вестник Череповецкого государственного университета. 2017. № 1 (76). С. 124–131.
- Маркова, М.А. Символизм китайской живописи / М.А. Маркова // IX Международный молодежный форум «Образование. Наука. Производство». Белгород : БГТУ, 2017. С. 3411–3416.
- Марущак, А.В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве / А.В. Марущак // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 93–96.
- Медведева, Н.Г. Образ Китая в русской поэтической традиции (Н. Гумилёв, О. Седакова, И. Бродский) / Н.Г. Медведева // Вестник Удмуртского университета. Серия: История и филология. 2008. № 1. С. 53–72.

- Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. М. : ФЛИНТА, 2018. 440 с.
- Медиалингвистика XXI века URL: <http://medialing.spbu.ru/index/> (дата обращения: 18.01.2022).
- Медиатекст и культура / под ред. Т.П. Карпилович. Минск : Минский государственный лингвистический университет, 2015. 168 с.
- Мельник, Г.С. Медиатекст как объект лингвистических исследований / Г.С. Мельник // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 27–29.
- Мельник, М.В. Блог как жанр интернет-коммуникации / М.В. Мельник. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/8793/1/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F.pdf> (дата обращения: 08.01.2022).
- Меркулов, В. Когда радио «заговорило» / В. Меркулов // Радио. 2007. № 10. С. 6–9. URL: https://www.computer-museum.ru/connect/radio_zvuk.htm (дата обращения: 07.02.2022).
- Монастырёва, О.В. Специфика коммуникативной стратегии в программах на русском языке Международного радио Китая / О.В. Монастырева // Портал научных исследований СМИ «Медиаскоп». www.mediascope.ru. 2009. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/347>. 0420900082\0034 (дата обращения: 02.05.2020).
- Монгуш, Н.О. Каллиграфия китайской письменности / Н.О. Монгуш // Россия, Запад и Восток: диалог культур : материалы Первой Международной молодежной научно-практической конференции. 2014. С. 156–159.
- Морозова, О.В. Речевые способы формирования образа России в российских и американских СМИ : дис. канд. ... филол. наук / О.В. Морозова. Саратов, 2017. 150 с.

- Московкина, Ю.Ю. Новые медиа как средства массовой информации / Ю.Ю. Московкина // Молодой ученый. 2018. № 52 (238). С. 239–241.
- Му, К. Влияние русского искусства на современных китайских художников / К. Му // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Познание. 2018. № 12 (87). С. 34–36.
- Мясников, И.Ю. Моделирование прессы на пороге эпохи конвергенции: к проблеме модели описания конвергентной политики издания / И.Ю. Мясников, Е.М. Тихонова // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2013. №6 (26). С. 110–116.
- Набиева Е.А. Оценочность в жанре рецензии: лингвистический и прагматический аспекты (на материале «Литературной газеты» и региональной парламентской газеты «Тюменские известия» постсоветского периода 1993–1995 и 2003–2005 гг.) : автореф. ... канд. филол. наук / Е.А. Набиева. Тюмень, 2010. 25 с.
- Назметдинова, И.С. Новые СМИ в современном медиадискурсе / И.С. Назметдинова, С.Э. Лебедева // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. 2018. № 4 (100). С. 77–78.
- Неглинская, М.А. Об актуальных тенденциях современного китайского искусства и перспективах его изучения / М.А. Неглинская // Общество и государство в Китае. 2010. № 1. С. 403–414.
- Нестерова, Н.Г. Интернет-комментарий к радиопрограмме как коммуникативная единица радиотекста / Н.Г. Нестерова // Коммуникативные исследования. 2018. № 2. С. 138–151.
- Нестерова, Н.Г. Современный радиодискурс (коммуникативно-прагматический аспект) / Н.Г. Нестерова. Томск, 2015. 320 с.
- Николаев, А.И. Основы литературоведения : учеб. пособие / А.И. Николаев. Иваново : ЛИСТОС, 2011. 255 с.

- Новиков, В.И. Статус литературного критика в современных отечественных СМИ / В.И. Новиков // Медиаскоп. 2012. № 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1114> (дата обращения: 05.07. 2020).
- Овсиенко, Ю.Г. Русский язык : учебник. Кн. 2: Средний этап обучения. 3-е изд., стереотип. / Ю.Г. Овсиенко. М. : Рус. яз. Курсы, 2008. 248 с.
- Осетрова, Е.В. Китай в медиакартине мира / Е.В. Осетрова, К. Чэнь // Сибирский филологический форум. 2018. № 3(3). С. 20–30.
- Панасюк, А.Ю. Формирование имиджа. Стратегия. Психотехнологии. Психотехники / А.Ю. Панасюк. М., 2009. 272 с.
- Перельгина, Е.Б. Психология имиджа : учеб. пособие / Е.Б. Перельгина. М. : Аспект Пресс, 2002. 223 с.
- Петровская, Г.В. Художественный знак – художественный образ – художественная коммуникация / Г.В. Петровская // Вестник ВятГУ. 2012. № 2. С. 146–148.
- Пешкова, О.А. Образ автора в блоге Т. Толстой / О.А. Пешкова // *Studia Litterarum*. 2018. № 2. С. 177–195.
- Пилюгина, Н.Ю. Проблемы описания интернет-жанров на примере жанра «личный блог» в сети Instagram / Н.Ю. Пилюгина // Территория новых возможностей. 2021. № 2. С. 189–204.
- Платонова, Н.В. Роль искусства в формировании духовности личности / Н.В. Платонова // Сборник материалов Международной научно-практической конференции : в 2 т. Общество с ограниченной ответственностью Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», 2017. С. 69–70.
- Пороль, П.В. Рецептивная эстетика образа Китая в поэзии К. Бальмонта / П.В. Пороль // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2019. № 1. С. 16–26.

- Пряжникова, А.Ю. Искусство как форма коммуникации: эстетико-антропологический аспект / А.Ю. Пряжникова // Печать и слово Санкт-Петербурга (Петербургские чтения – 2018) : сборник научных трудов. СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. С. 75–81.
- Психология общения. Энциклопедический словарь / под ред. А.А. Бодалева. М. : Когито-центр, 2011. 962 с.
- Рингевич, В.В. Литературный дискурс и кинодискурс в системе арт-дискурса / В.В. Рингевич // Філологічні студії : науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету : зборник наукових праць / за заг. ред. Ж.В. Колоїз. Кривий Ріг : [б. и.], 2017. Вип. 16. С. 417–424.
- Рогалева, О.С. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) / О.С. Рогалева, Т.В. Шкайдерова // Вестник ОмГУ. 2015. № 1 (75). С. 222–225.
- Рождественский, Ю.В. Теория риторики / Ю.В. Рождественский. М. : Добросвет, 1997. 597 с.
- Розин, В.М. Визуальная культура и восприятие: как человек видит и воспринимает мир / В.М. Розин. М. : КомКнига, 2006. 224 с.
- Романова, И.В. Политический и экономический образ Китая в Забайкальском крае / И.В. Романова, С.В. Кононов, А.А. Жукова, А.В. Жуков // Вестник ЗабГУ. 2016. № 2. С. 73–82.
- Руденко, Ю.К. Художественная культура / Ю.К. Руденко. СПб. : Наука, 2006. 252 с.
- Русакова, О.Ф. PR-дискурс: теоретико-методологический анализ / О.Ф. Русакова, В.М. Русаков. Екатеринбург : УрО РАН, Институт международных связей, 2008. 282 с.

- Сабаева, Ю.С. Языковая репрезентация медиаобраза Сибири в региональном просветительском радиодискурсе : дис. ... канд. филол. наук / Ю.С. Сабаева. Томск, 2019. 179 с.
- Сагдуллаев, К.К. Арт-журналистика в глобальном информационном пространстве / К.К. Сагдуллаев // *Austrian Journal of Humanities and Social Sciences*. 2014. № 3-4. С. 13–17.
- Самойленко, Н.С. Традиционные СМИ и новые медиа: развлекательный контент против оппозиционного / Н.С. Самойленко, К.И. Кушнир // *Актуальные вопросы современной филологии и журналистики*. 2020. № 1(36). С. 160–164.
- Самсонова, А.А. Речевая репрезентация оценивания произведения искусства в журналистских текстах : автореф. дис. ... канд. филол. наук / А.А. Самсонова. Воронеж, 2019. 23 с.
- Санин, М.К. Эффективность блогинга как маркетингового инструмента / М.К. Санин, Е.И. Барков // *Экономика и экологический менеджмент*. 2016. № 2. С. 107–112.
- Саракаева, Э.А. Гендерная философия китайской оперы / Э.А. Саракаева // *Известия ВГПУ*. 2011. № 3. С. 25–29.
- Серова, С.А. Китайский театр – эстетический образ мира / С.А. Серова. М. : Восточная литература, 2005. 168 с.
- Сидорова, И.Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий) : дис. ... канд. филол. наук / И.Г. Сидорова. Волгоград, 2014. 363 с.
- Сидякина, А.А. Художественно-просветительские периодические издания (арт-журналистика) : учеб. пособие / под общ. ред. Л.Р. Дускаевой, Н.С. Цветовой. СПб. : Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. С. 123–131.
- Симоненко, Н.Ю. Особенности китайских нарративных песен в диахроническом аспекте / Н.Ю. Симоненко // *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. Серия: Филол. науки. 2015. № 2 (97). С. 151–155.

- Система средств массовой информации России : учеб. пособие / под ред. Я.Н. Засурского. М., 2003. 264 с.
- Смирнов, Д.О. Медиапсихология: теория, практика и перспективы развития / Д.О. Смирнов, М.В. Зубакин // Медиаобразование. 2007. № 1. С. 26–35.
- Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособие / А.В. Соколов. СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2002. 461 с.
- Солонина, М.И. Особенности конвергенции традиционных СМИ и социальных медиа (на примере телекомпании «ТелеСеть Мордовии») / М.И. Солонина // Огарёв-Online. 2017. № 6 (95). С. 1–6.
- Сорокина, О.Н. Фрагмент «Экономика Китая» как ведущий составляющий компонент собирательного образа Китая в СМИ США / О.Н. Сорокина // Вестник ЮУрГГПУ. 2010а. № 10. С. 296–305.
- Сорокина, О.Н. Языковая реализация образа Китая в СМИ США: информационная модель «экономический рост Китая» / О.Н. Сорокина // Вестник Томского государственного университета. 2010б. № 341. С. 24–29.
- Сорокина О.Н. Языковая реализация образа Китая как информационной модели в средствах массовой информации США : автореф. дис. ... канд. филол. наук / О.Н. Сорокина. Владивосток, 2007. 25 с.
- Старикова, Г.Н. Поговорим о русской живописи: Русское искусство на уроках РКИ : учеб. пособие / Г.Н. Старикова. Томск : Издательский Дом ТГУ, 2017. 128 с.
- Стаценко, А.Н. Использование произведений изобразительного искусства на занятиях РКИ: через развитие речи к пониманию иной культуры / А.Н. Стаценко // Сборник научных трудов, посвященный 40-летию факультета

- международного академического сотрудничества ТвГТУ. 2019. С. 142–146.
- Стинс, О. Новые медиа (пер. с англ. Н. Бергер) / О. Стинс, Д. Ван Фухт // Вестник ВолГУ. Серия 8. 2008. Вып. 7. С. 98–106.
- Стрельчук, Е.Н. Развитие речевой культуры иностранных студентов на основе знакомства с произведениями русского изобразительного искусства / Е.Н. Стрельчук // Записки Горного института. 2011. С. 256–258.
- Струкова, А.И. Влияние искусства Китая и Японии на советскую живопись и графику 1920–1930-х годов / А.И. Струкова // Проблемы истории, филологии, культуры. 2015. № 3 (49). С. 452–464.
- Сунь, Ф. Китайская фотожурналистика как важное средство создания объективного образа Китая : автореф. дис. ... канд. филол. наук /Ф. Сунь. М., 2010. 17 с.
- Тайшин, В.В. О современном искусстве на уроках русского языка / В.В. Тайшин // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Наука и социум». 2020. № XI. С. 115–117.
- Танабаева, И.Р. Комментарий как особый жанр в интернет-общении / И.Р. Танабаева, Э.В. Нестерик // Молодой ученый. Серия: Филология. 2017. № 51. С. 207–209.
- Тао, Х. Анализ произведений современного китайского искусства на примере декоративного натюрморта / Х. Тао // Искусство и диалог культур : сборник научных трудов XII Международной межвузовской научно-практической конференции / под ред. С.В. Анчукова, Т.В. Горбуновой, О.Л. Некрасовой-Каратеевой. СПб. : Общество с ограниченной ответственностью «Книжный дом», 2018. С. 67–70.
- Тер-Минасова, Д.И. Об особенностях трактовки термина «имидж» в русском языке / Д.И. Тер-Минасова // Вестник

- Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2007. № 2. С. 67–70.
- Тертычный, А.А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А.А. Тертычный. М. : Аспект Пресс, 2000. 312 с.
- Тимофеева, В.Б. Искусство в межкультурной коммуникации России и Китая / В.Б. Тимофеева // Вестник СПбГИК. 2016. № 4 (29). С. 38–41.
- Топчий, И.В. Эмоциональный фон комментария как результат различных способов его оценки / И.В. Топчий // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 3 (33). С. 175–181.
- Торопова, С.А. Коммуникативные стратегии «внешних» СМИ Китая в российском медиапространстве / С.А. Торопова // Сборник статей II Международной научно-практической конференции : в 2 ч. Пенза : Наука и просвещение, 2017а. С. 200–202.
- Торопова, С.А. Медиаобраз Китая в российском информационном поле: основные составляющие / С.А. Торопова // Наука сегодня: проблемы и перспективы развития : материалы международной научно-практической конференции : в 3 ч. Вологда : ООО «Маркер», 2017б. С. 140–142.
- Трутнев, А.Ю. Роль компьютерных технологий в медиасфере на примере деятельности фестиваля школьных СМИ «Зоркое сердце» / А.Ю. Трутнев, С.Р. Давлетшина // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2017. № 12. С. 167–172.
- Тупичкина, Е.А. Психолого-педагогические ресурсы китайской каллиграфии в развитии личности / Е.А. Тупичкина // Мир образования – образование в мире. 2020. С. 78–84.
- Ульянова, М.А. Основные особенности интернет-блога и комментария к блогу / М.А. Ульянова // Научные труды Калужского государственного университета имени

- К.Э. Циолковского. Калуга : Издательство Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского, 2015. С. 358–362.
- Федоров, А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А.В. Федоров. Таганрог : Таганрогский государственный педагогический институт им. А.П. Чехова, 2010. 64 с.
- Филиппова, С.В. Языковая реализация медиаобраза Рамзана Кадырова в американских СМИ / С.В. Филиппова, Л.А. Ядрихинская // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. № 6. С. 410–414.
- Философия : энциклопедический словарь / под ред. А.А. Ивина. М. : Гардарики, 2004. 1072 с.
- Хабибуллина, А.М. Особенности комментариев в арабском модном блоге / А.М. Хабибуллина // Материалы Междунар. молодёж. науч. форума «Ломоносов» / отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов. М. : МАКС Пресс, 2015. URL: http://lomonosovmsu.ru/archive/Lomonosov_2015/data/7038/uid70720_report.pdf (дата обращения: 07.02.2022).
- Хитров, А.В. Блог как феномен культуры / А.В. Хитров // Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Т. 10 (Спецвыпуск). С. 66–76.
- Ходякова, Л.А. Живопись на уроках русского языка: Теория и метод. разраб. уроков : учеб. пособие / Л.А. Ходякова. М. : Флинта : Наука, 2000. 336 с.
- Хочунская, Л.В. Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект / Л.В. Хочунская // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2013. № 2. С. 91–95.
- Ху, Я. Китайская опера как нематериальное культурное наследие Китая / Я. Ху // Общество: философия, история, культура. 2015. № 4. С. 25–31.

- Хуан, С. Мировоззренческие особенности музыкальной культуры и музыкального образования в Китае и России / С. Хуан // Теория и практика общественного развития. 2015. № 2. С. 105–107.
- Худякова, О.С. К вопросу о функциях языка блогосферы (на материале русскоязычных тематических блогов) / О.С. Худякова // Magister Dixit. 2011. № 4. С. 60–70.
- Худякова, О.С. Культура блогов и специфика когнитивно-языковых взаимодействий в блогосфере (на материале русскоязычных, англоязычных и китайскоязычных блогов) / О.С. Худякова // Лингвокультура и концептуальное пространство языка. СПб., 2016. С. 114–120.
- Цветова, Н.С. Дискурс искусства в современной российской журналистике / Н.С. Цветова // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. 2012. Серия 9. Вып. 1. С. 231–238.
- Цветова, Н.С. Искусство в масс-медиа : учеб. пособие / Н.С. Цветова. СПб. : Изд-во ВВМ, 2019. 91 с.
- Церюльник, А.Ю. К вопросу об эволюции блога как гипержанра / А.Ю. Церюльник // Филологический аспект. 2018. № 4 (36). С. 350–356. URL: <https://scipress.ru/philology/articles/k-voprosu-ob-evolyutsii-bloga-kak-giperzhanra.html> (дата обращения: 02.11.2021).
- Цзе, Ч. Продвижение положительного имиджа Китая в традиционных СМИ и медиа нового типа / Ч. Цзе // Медиаскоп. 2018. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/2449> (дата обращения: 02.05.2020).
- Цзинь, Ц. Историко-символическое представление Китая в русской культуре на материале печатных СМИ / Ц. Цзинь // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2016. № 181. С. 45–49.
- Цзюй, Ч. Интернет-комментарии к блогу как форма дискуссионной площадки / Ч. Цзюй // Русское слово в многоязычном

- мире : материалы XIV Конгресса МАПРЯЛ. 2019. С. 718–724.
- Цзя, Ю. Образ Китая в поэзии Арсения Несмелова и Валерия Перелешина : дис. ... канд. филол. наук / Ю. Цзя. М., 2019. 165 с.
- Цинь, Л. Влияние конфуцианства и даосизма на искусство китайского веера / Л. Цинь // Культура. Наука. Творчество : XIII Международная научно-практическая конференция, посвященная 75-летию освобождения Беларуси от немецко-фашистских захватчиков : сборник научных статей. Минск : Белорусский государственный университет культуры и искусств, 2019. С. 526–531.
- Цинь, С. Российско-китайская межкультурная коммуникация в художественной жизни и творчестве китайских художников реалистической школы конца XX – начала XXI века : дис. ... канд. искусствоведения. Владивосток, 2020. 272 с.
- Цисельская, Е.С. Формирование и трансформация образа Китая в Европе: середина XIII – конец XVIII в. : автореф. дис. ... канд. ист. наук / Е. С. Цисельская. М., 2009. 25 с.
- Цуй, Ю. Образы Китая и России в межкультурной коммуникации : дис. ... канд. культурологии / Ю. Цуй. Комсомольск-на-Амуре, 2011. 127 с.
- Цянь, Ю. Современная китайская опера / Ю. Цянь. Шанхай : Шанхайское изд-во, 2003. 452 с.
- Чай, Х. К вопросу изучения специфики китайской традиционной живописи / Х. Чай // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. 2014. № 11–12. С. 21–23.
- Чепкасов, А.В. Имидж региона в речи регионального лидера и массовой коммуникации (генезис и структура) / А.В. Чепкасов. М. : Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина, 2018. 352 с.
- Чепкасов, А.В. Публичный дискурс регионального лидера и средств массовой информации в аспекте формирования

- имиджа российского региона (на примере Кемеровской области) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / А.В. Чепкасов. Кемерово, 2021. 48 с.
- Черкасова, Н.В. Лингвокультурологические характеристики блога как жанра интернет-коммуникации / Н.В. Черкасова // Вестник ЧелГУ. 2012. № 5 (259). С. 164–168.
- Чернышова, Т.В. Модель когнитивно-речевого взаимодействия в сфере массовой газетной коммуникации: детерминационные факторы / Т. В. Чернышова // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : межвузовский сборник научных трудов, Орел, 01 июня 2008 года / отв. ред. А.Г. Пастухов. Орел : Орловский государственный институт культуры, 2008. С. 236–243.
- Чжан, Ц. Образ Китая в поэзии А.С. Пушкина / Ц. Чжан // Китай: история и современность: материалы IX Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 22–23 октября 2015 г. / отв. ред. С.В. Смирнов. Екатеринбург : Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2016. С. 198–202.
- Чжао, Н. Китайские боевые искусства как инструмент «мягкой силы» Китая / Н. Чжао // Социально-гуманитарные знания. 2019. № 5. С. 353–357.
- Чжоу, Ч. Анализ влияния китайской живописи на русское искусство с исторической точки зрения / Ч. Чжоу // Университетский научный журнал. 2020. № 54. С. 93–101.
- Чжэн, Я. Образы Китая и китайцев в творчестве В.П. Астафьева / Я. Чжэн // Русский язык за рубежом. 2014. № 4 (245). С. 83–86.
- Чихляева, А.А. Роль искусства в общении культур / А.А. Чихляева // БМИК. 2016. № 5. С. 959.
- Чопсиева, Г.М.К. Языковые средства создания образа мигранта в немецкоязычной прессе / Г.М.К. Чопсиева, Т.В. Овсиенко

- // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2017. № 4 (71). С. 15–21.
- Чэн, Ю. Китай в метафорическом зеркале российских СМИ / Ю. Чэн // Политическая лингвистика. 2018. № 1. С. 114–119.
- Шамаев, И.Н. Классификация блогов Рунета / И.Н. Шамаев // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2013. № 11. С. 120–124.
- Шао, Д. Отражение российско-китайских отношений в русскоязычных СМИ КНР 2006–2016 гг. (образ Китая) : дис. ... канд. филол. наук / Д. Шао. М., 2017. 159 с.
- Шарапова, И.Л. Блог как инструмент рекламы и PR / И.Л. Шаропова // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 166–172.
- Шарафутдинов, Д.Р. Имидж Китая в России: динамика последних трех десятилетий / Д.Р. Шарафутдинов // Межкультурная коммуникация в новой эпохе: теория и практика : сборник научных трудов. Екатеринбург, 2019. С. 96–100.
- Шмелев, Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях (К постановке проблемы) / Д.Н. Шмелев. М. : Наука, 1977. 168 с.
- Шмелева, Т.В. Медиалингвистика как медийное речеведение / Т.В. Шмелева // Медиаатекст как полиинтенциональная система : сб. статей / отв. ред. Л.Р. Дускаева, Н.С. Цветова. СПб., 2012. С. 56–61.
- Шмелева, Т.В. Медиалингвистика: терминологический аспект / Т.В. Шмелева // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. 2015. № 4-1 (87). С. 32–35.
- Штина, Ю.В. Формирование образа Китая в странах Африки в начале XXI века / Ю.В. Штина // Вестник РУДН. Серия: Международные отношения. 2013. № 3. С. 32–40.

- Щипицина, Л.Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации / Л.Ю. Щипицина. Архангельск : Помор. ун-т, 2009. 238 с.
- Яковлева, Н.Ф. Восприятие мира в традиционной китайской живописи / Н.Ф. Яковлева // Вестник БГУ. 2012. № 6А. С. 262–266.
- Ян, Ф. Лингвопрагматический потенциал положительной оценки в рекламно-информационном журнальном тексте / Ян Фан ; под ред. Н.Г. Нестеровой. Томск, 2016. 180 с.
- Corner, J. The Scope of Media Linguistics / J. Corner. BAAL Newsletter, 1998. 188 p.
- Nardi, B. Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? / B. Nardi, D. Schiano, M. Gumbrecht // Proceedings of Computer Supported Cooperative Work. 2004. P. 222–231.
- Mithen, S. The Prehistory of the Mind: The Cognitive Origins of Art, Religion and Science / S. Mithen. Thames & Hudson, 1999. 288 p.
- Wang, J. Diversionary Comments under Blog Posts / J. Wang, T.Yu. Clement, S.Yu. Philip, B. Liu, W. Meng // Proceedings of the 21st ACM international conference on Information and knowledge management. 2012. P. 1789–1793. DOI: 10.1145/2396761.2398518
- 王尤河 中国音乐的现代史 / 王尤河。—北京：高等教育，2005年。219 p = Ван, Ю. Современная история музыки Китая / Ю. Ван. Пекин : Высшее образование, 2005. 219 с.
- 冯磊 中国室内声乐艺术的形成与发展 (二十世纪二十至四十年代): 作者摘要. 艺术评论—明斯克, 2009. 22 p. = Фэн, Л. Становление и развитие камерного вокального искусства в Китае (20–40-е гг. XX ст.) : автореф. дис. ... канд. искусствоведения / Л. Фэн. Минск, 2009. 22 с.

- 刘明伟. 上海民族乐团 // 文化形成的特点。科学。创造力：一系列科学文章。- 明斯克，2013。Р. 159–162 = Лю, М. Особенности формирования Шанхайского национального оркестра / М. Лю // Культура. Наука. Творчество : сборник науч. статей. Минск, 2013. С. 159–162.
- 时胜勋. 艺术话语的思想脉络与中国艺术话语问题的提出[J]. 清华大学学报：哲学社会科学版, 2014(3). Р. 49–61. = Ши, Ш. Идеологическая линия художественного дискурса и постановка проблемы китайского художественного дискурса / Ш. Ши // Вестник университета Цинхуа. Серия философии и социальных наук. 2014. № 3. С. 49–61.
- 张薇薇, 柏露. 网络评论可信度影响因素研究述评 // 情报理论与实践. 2016. № 6. Р. 135–142. = Чжан, В. Обзор исследования факторов влияния достоверности онлайн-комментариев / В. Чжан, Л. Бай // Информационные исследования: Теория и применение. 2016. № 6. С. 135–142.
- 季涛. 当代艺术与传统艺术的差别. = Цзи, Т. Разница между современным и традиционным искусством / Т. Цзи. 2018. URL: <https://news.artron.net/20180328/n992635.html> (дата обращения: 29.10.2021).
- 杜亚雄. 中国乐器的分类 // 中国音乐. 1987. № 02. Р. 46–47. = Ду, Я. Классификация китайских музыкальных инструментов / Я. Ду // Китайская музыка. 1987. № 02. С. 46–48.
- 冯思婧. 新媒体与传统媒体比较研究 // 忻州师范学院学报. 2012. № 8. Р. 117–119. = Фэн, С. Сравнительное исследование новых медиа и традиционных медиа / С. Фэн // Вестник Синьчжоуского педагогического института. 2012. № 8. С. 117–119.

- 王学艳. 数字时代的新媒体与传统媒体传播方式比较研究[J] // 新闻窗. 2016. № 02. P. 46–47. = Ван, С. Сравнительное исследование способов коммуникации новых и традиционных СМИ в цифровую эпоху [J] / С. Ван // Окно новостей. 2016. № 02. С. 46–47.
- 李和鞠. “一带一路”背景下中国传统文化走出去的探究——以刺绣文化为例 // 福建茶叶. 2019. Vol. 41, № 12. P. 217–218. = Ли, Х. Исследование традиционной китайской культуры на фоне «Один пояс, один путь» – на примере вышивки / Х. Ли // Чай в Фуцзяне. 2019. Т. 41, № 12. С. 217–218.
- 邓启耀. 中国传统刺绣工艺的多重文化遗产价值 // 重庆三峡学院学报. 2018. Vol. 34, № 1. P. 39–49. = Дэн, Ц. Многочисленные ценности культурного наследия традиционных китайских вышивальных ремесел / Ц. Дэн // Журнал Чунцинского Санься колледжа. 2018. Т. 34, № 1. С. 39–49.
- 张朵朵. “绣”的书写——对中国刺绣艺术的分析 // 文艺研究. 2006. № 12. P. 127–132. = Чжан, Д. О вышивании – анализ китайского искусства вышивки / Д. Чжан // Литература и исследования в области искусства. 2006. № 12. С. 127–132.

Оглавление

Введение	3
1. Теоретико-методологические основы исследования медиаобраза Китая в блогах об искусстве	8
1.1. Медиаобраз как одна из ключевых единиц медиадискурса	8
1.1.1. Понятия «образ», «медиаобраз», «имидж»	12
1.1.2. Аспекты изучения медиаобраза Китая в гуманитарной науке	18
1.1.3. Китай и китайское искусство в восприятии русскоязычного адресата (по данным опроса)	27
1.2. Русскоязычный блог как источник изучения медиаобраза Китая	35
1.2.1. Медиадискурс и медиатекст	43
1.2.2. Блогосфера в системе новых коммуникаций	49
1.2.3. Образ автора и адресата в блог-коммуникации	67
1.2.4. Комментарий к блогу как форма обратной связи	74
1.3. Китайское искусство как составляющая медиаобраза страны	80
1.3.1. Тема искусства в научных и научно-методических исследованиях	80
1.3.2. Искусство как средство коммуникации	86
1.3.3. Медиатексты об искусстве как единица арт-медиадискурса	88
1.3.4. Искусство Китая как объект научного изучения	94
Выводы	99
2. Языковые средства создания медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов об искусстве	102
2.1. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о традиционном китайском искусстве	102
2.1.1. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о китайской опере	102

2.1.2. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о китайской музыке	115
2.1.3. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о китайской каллиграфии	125
2.1.4. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о китайской живописи	130
2.1.5. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о китайской художественной вышивке	138
2.1.6. Языковая репрезентация аспектов разных видов традиционного искусства в текстах русскоязычных блогов: универсальное и специфичное	147
2.2. Репрезентация медиаобраза Китая в текстах русскоязычных блогов о современном искусстве (на фоне традиционного китайского искусства)	163
2.3. Медиаобраз Китая в восприятии русскоязычного адресата (по данным комментариев к блогам)	186
Выводы	195
Заключение	198
Список использованных источников и литературы	201

Научное издание

Му Юйси

**МЕДИАОБРАЗ КИТАЯ
В ТЕКСТАХ РУССКОЯЗЫЧНЫХ БЛОГОВ
ОБ ИСКУССТВЕ**

Редактор К.Г. Шилько
Компьютерная верстка А.И. Лелююр
Дизайн обложки Л.Д. Кривцова

Подписано к печати 15.11.2023 г. Формат 60×84¹/₁₆.
Бумага для офисной техники. Гарнитура Times.
Печ. л. 15,2. Усл. печ. л. 14,1.
Тираж 500 экз. Заказ № 5705.

Отпечатано на оборудовании
Издательства Томского государственного университета
634050, г. Томск, пр. Ленина, 36
Тел. 8+(382-2)–52-98-49
Сайт: <http://publish.tsu.ru>
E-mail: rio.tsu@mail.ru

ISBN 978-5-907722-38-5



9 785907 722385 >