

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра восточных языков  
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой ВЯ  
\_\_\_\_\_ Е.В. Чистова

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА  
**МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ  
МЕДИЙНОГО ОБРАЗА ПЭН ЛИУАНЬ В КИТАЙСКОМ  
ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ КИТАЙСКИХ  
НОВОСТНЫХ РЕСУРСОВ)**

Выпускник	Д.О. Петелина
Научный руководитель	канд. филол. наук, доц. Е.В. Чистова
Научный консультант	старш. преп. кафедры ВЯ, Е.А. Бирюлина
Нормоконтролер	Е.В. Буркова

Красноярск 2021

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАОБРАЗА В КИТАЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ.....</b>	<b>7</b>
1.1. Политический дискурс как объект лингвистического исследования.....	7
1.1.1 Политическая лингвистика как наука, изучающая политический язык .....	7
1.1.2. Элементы политического дискурса.....	10
1.1.3. Политический дискурс Китая .....	13
1.2. Мягкая сила как объект исследований в отечественной и зарубежной лингвистике .....	17
1.3. Медиаобраз политического деятеля и проблемы его реконструкции.....	24
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1 .....</b>	<b>30</b>
<b>ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СРЕДСТВ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИЙНОГО ОБРАЗА ПЭН ЛИЮАНЬ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ КНР.....</b>	<b>32</b>
2.1. Реализация медийного образа Пэн Лиюань в китайском политическом медиадискурсе на базе культурно-коммуникативных векторов китайского культурно-дискурсивного пространства.....	32
2.1.1. Вербализация модуса «Образ» / «象».....	34
2.1.2. Вербализация модуса «Включение в отношения» / «关系».....	40
2.1.3. Вербализация модуса «Патриотизм» / «爱国».....	44
2.2. Проведение эксперимента .....	50
2.3. Невербальные средства формирования медийного образа Пэн Лиюань .	58
2.3.1. Визуальное измерение имиджа.....	60
2.3.2. Контекстное измерение .....	63
2.3.3. Событийное измерение .....	67
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2 .....</b>	<b>72</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>74</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>77</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ А. Анкета для опроса.....</b>	<b>85</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Данная выпускная квалификационная работа посвящена исследованию языковых и неязыковых средств, реализующих «мягкую силу» в китайском политическом дискурсе через такой инструмент трансляции, как медийный образ первой леди страны – Пэн Лиюань.

**Актуальность** избранной темы определяется следующими факторами:

1) особенностями функционирования китайского дискурсивного пространства, требующего специального подхода к исследованию; 2) особенностями формирования медийного образа Пэн Лиюань при помощи вербальных и невербальных средств; 3) недостаточной изученностью такого значимого для китайского политического дискурса явления, как стратегия «мягкой силы», сочетающая в себе тактики ведения внешней и внутренней политики и находящая схожие черты с принципом функционирования медиаобраза политического деятеля; 4) важностью проведения исследования феномена «мягкой силы», транслируемого через медиаобраз политического деятеля, в рамках мультимодального подхода, включающего китайский культурологический дискурс-анализ и мультимодальный анализ невербального компонента медиаобраза.

**Объектом** исследования является политический дискурс КНР как сфера репрезентации медийного образа первой леди.

**Предметом** данного исследования являются мультимодальные средства конструирования медиаобраза первой леди КНР Пэн Лиюань.

**Целью** настоящей выпускной квалификационной работы является изучение специфики функционирования в рамках китайского политического дискурса мультимодальных средств конструирования медийного образа первой леди КНР Пэн Лиюань, способных оказывать модифицирующее воздействие на общественное сознание.

В соответствии с поставленной целью при проведении исследования предполагается решить ряд конкретных **задач**:

- 1) определить теоретические основы изучения политического дискурса в современной лингвистической науке и специфические особенности функционирования политического дискурса КНР;
- 2) определить основные черты и направления реализации стратегии «мягкой силы» в китайском политическом дискурсе;
- 3) описать проблемы реконструкции медийного образа и определить дальнейшую методiku его исследования;
- 4) выявить и описать вербальные средства репрезентации медийного образа Пэн Лиюань на базе коммуникативных векторов китайского дискурсивного пространства в соответствии с классификацией И.Г. Нагибиной;
- 5) выявить и проанализировать невербальные средства медиаобраза Пэн Лиюань в трех измерениях в соответствии с классификацией Г.Г. Почепцова;
- 6) провести ассоциативный эксперимент для подтверждения гипотезы об эффективности транслируемого имиджа.

**Материалом исследования** послужили публикации официальных и неофициальных новостных изданий КНР: 新华网 xīnhuá wǎng (новостная сеть «Синьхуа»), 清华网 qīnghuá wǎng новостная сеть «Цинхуа»), 联合早报 liánhé zǎobào (сингапурская утренняя газета «Ляньхэ цзаобао»), 央广新闻 yāngguǎng xīnwén (Центральная народная газета), 中国网 zhōngguó wǎng (Китайский информационный Интернет-центр), 人民网 rénmin wǎng (Интернет-версия газеты «Жэньминь жибао»), 中新网 zhōngxīnwǎng (Информационное агентство Китая ChinaNews), 中国日报网 zhōngguó rìbào wǎng (Интернет-версия газеты «China Daily»), 都市女报 dūshì nǚ bào (газета «Городская леди»), 中国军网 zhōngguó jūnwǎng (Интернет-версия газеты Армии Китая), 新华社客户端 xīnhuáshè kèhùduān (приложение официального издания агентства «Синьхуа»), 新华浪 xīnhuá làng (Интернет-портал «Синьхуалан»), 中国经济

网 zhōngguó jīngjì wǎng (Интернет-версия газеты «Экономика Китая»), а также независимых блогеров социальной сети Weibo (в количестве 130 наименований).

**В работе нашли применение следующие методы:** общенаучные в виде дедуктивного и индуктивного методов теоретического анализа при составлении теоретико-методологической основы работы, метода сплошной и специальной выборки материалов для последующего анализа, метода интерпретации рассуждений о языке с позиции китайского философского знания, статистического метода сбора информации для формирования кривой популярности медийной фигуры, а также лингвистические в виде метода китайского культурологического дискурс-анализа, мультимодального метода анализа вербальных и невербальных средств реализации образа и метода проведения ассоциативного эксперимента для подтверждения ряда гипотез.

**Методологическую и теоретическую базу** исследования составили труды отечественных и зарубежных исследователей по изучению дискурса (Т. ван Дейк, И.Г. Нагибина, 冯新新 / Фэн Синьсинь, 施旭 / Ши Сюй, 杨娜 / Ян На), в частности, политического дискурса (Е.Н. Белых, С.А. Домышева, Н.М. Перельгут, С.Н. Плотникова, Е.Б. Сухоцкая, Е.И. Шейгал), лингвополитологии (Л. Го, О.И. Завьялова, Я. Кэ, Т. Лу, В.А. Маслова, Е.М. Пак, Д.С. Судниченко, А.П. Чудинов, Д.Р. Шарафутдинов, В. Wilkinson, 刘宏 / Лю Хун, 彭文钊 / Пэн Вэньчжао, 孙吉胜 / Сунь Цзишэн, 孙玉华 / Сунь Юйхуа, 袁莎 / Юань Ша), лингвоимиджеологии (Т.Н. Галинская, Е.М. Гурина, Г.Г. Почепцов, Ю.С. Сабаева, Л.С. Чикилева), феномена «мягкой силы» (А.В. Бояркина, Л.Г. Коваленко, Д.М. Ковба, J. Nye, О.А. Селиверстова, Б.О. Хубриков, В.Е. Цыганов, 蒲公英 / Пун Гуньин), коммуникативных стратегий и тактик (М.В. Загидуллина, Н.А. Коробцева, О.С. Иссерс, М.Р. Нашхоева, В.А. Омеляненко, Е.А. Петрова, А. Пиз, Е.А. Полякова), мультимодального анализа (G. Kress, T. van Leeuwen,

Ю.В. Сорокина), лингвокультурологии (Н.А. Спешнев, Х. Сюй), зарубежного регионоведения (J. Kurlantzick, J. Nye) и востоковедения (Ч. Юй).

**Практическая значимость** работы заключается в том, что полученные результаты данного исследования могут быть использованы в дальнейшем в качестве основы для исследований специфики конструирования медийного образа отдельных речепроизводителей в рамках политического дискурса отдельного государства.

Работа состоит из теоретической и практической глав. В **Главе 1** нами были рассмотрены теоретико-методологические основы исследования политического дискурса КНР, обозначен принцип его функционирования и подразделение на элементы, раскрыто понятие медийного образа первой леди КНР и «мягкой силы», выявлена схожая черта в их предназначении, а также установлена необходимая методологическая база для дальнейшего осуществления анализа медиаобраза с точки зрения вербальных и невербальных средств его трансляции. В **Главе 2** настоящей работы было проведено исследование вербального и невербального компонента медийного образа первой леди КНР, а также путем проведения эксперимента подтверждена гипотеза восприятия образа реципиента в определенных контекстах.

**Апробация** настоящей выпускной квалификационной работы была осуществлена в виде публикации доклада на постерной сессии «Молодые исследователи в мире науки и практики» II Международного форума языков и культур 27–30 мая 2021 года.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАОБРАЗА В КИТАЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

## 1.1. Политический дискурс как объект лингвистического исследования

В данном параграфе будут рассмотрены основные подходы отечественных и зарубежных ученых к исследованию политического языка и политического дискурса, в частности, освещены основные научные достижения в изучении механизма функционирования политического дискурса Китая.

### 1.1.1 Политическая лингвистика как наука, изучающая политический язык

С развитием технологий и средств создания, хранения и передачи информации в политической практике всё более и более заметную роль играет язык. Политика, как и многие другие сферы, не представляет свое реализацию без языка, чья роль исследуется в последнее время в двух ипостасях: «язык как объект воздействия политики и язык как инструмент реализации политической власти» [Гришаева, 2018: 60]. Одними из примеров языкового воплощения политики, согласно Д.С. Судниченко, стали такие изучаемые в последнее время явления, как предвыборная агитация, политическая риторика, речевой портрет политика и другие. Таким образом, современные научные работы все чаще затрагивают аспекты взаимодействия языка и политики, изучая 1) язык как политический инструмент; 2) язык как объект политики [Судниченко, 2014: 38].

Истоки политической лингвистики в таком виде, в котором мы наблюдаем в современности, можно обнаружить еще в древние времена, поскольку еще в Древней Греции и Риме люди занимались риторическим искусством, призванным не только для достижения красноречия, но и

способности вызывать эмоции, убеждать в идеях, воодушевлять толпы. В XX веке среди заложивших фундамент изучения политической лингвистики исследователь Го Бинь отмечает У. Липпмана, П. Лазарсфельда, Г. Лассуэлла и Дж. Оруэлла [Го, 2016].

А.П. Чудиновым и Э.В. Будаевым выделяется несколько основных этапов изучения политической коммуникации на определенных исторических моментах: 1) в рамках традиционного понимания риторики и стилистики; 2) становление политической лингвистики в 20–50 гг. XX века; 3) развитие политической лингвистики в 60–80 гг. XX века; 4) современная политическая лингвистика [Чудинов, Будаев, 2007]. Ими также отмечается, что актуальным направлением исследования политической лингвистики является изучение коммуникативных практик тоталитарного режима с их резкой дифференциацией на своих и чужих, «пропагандистским триумфализмом» и «превалированием монолога “вождей” над диалогичными формами коммуникации» [Чудинов, Будаев, 2007: 32].

Е.И. Шейгал предполагает, что лингвополитология, или политическая лингвистика – наука, занимающаяся изучением политических коммуникаций – «носит междисциплинарный характер, находясь на стыке областей социолингвистики, когнитивной лингвистики, стилистики, риторики, нарративного анализа и лингвистики текста», и также охватывает такой пласт языкознания, как политический дискурс [Шейгал, 2000: 14]. Схожую позицию имеет В.А. Маслова, утверждающая, что лингвополитология как отрасль возникла на стыке двух самостоятельных наук – лингвистики и политологии – и связана с другими современными дисциплинами [Маслова, 2008: 43]. Из данных определений становится ясно, что лингвополитология занимается изучением любого рода проявления языка в политической сфере.

Такой же позиции придерживается и профессор Китайского университета иностранных дел и специалист в области теории международных отношений и политической лингвистики Сунь Цзишэн, который в своем интервью дал развернутое объяснение феномена слияние языка и политики в отдельную



отрасль изучения. Он утверждает, что язык всегда был своего рода «мягкой силой», важным инструментом акторов мировой политики для выражения своих намерений, и его использование можно считать проявлением силы. Таким образом, язык является «отправной точкой в изучении политических явлений, выявлении политических проблем и закономерностей». Более того, говоря о процессе развития политической науки, Сунь Цзишэн отмечает, что характерной особенностью последней является «склонность к пересечению с другими близкими по сфере влияния дисциплинами, образуя смежные, в рамках которых могут проводиться независимые исследования», что неизбежно ведет к развитию такой междисциплинарной науки, как политическая лингвистика [孙吉胜,袁莎, 2019].

Исследователи Сунь Юйхуа, Пэн Вэньчжао и Лю Хун, анализируя работы западных ученых в области политического языка, пришли к выводу, что их направления их исследований можно разделить на два условных лагеря: первый предполагает анализ определенного содержания или стиля политического дискурса с точки зрения синтаксиса, семантики, прагматики, анализа текста или критического дискурс-анализа; второй же углубляется в феномен взаимосвязи языка и политики, проводя исследования по таким направлениям, основанным на теориях конструктивизма и речевых актов, как языковая игра, концептуальная метафора в рамках политического дискурса [孙玉华, 彭文钊, 刘宏, 2015: 1]. Ими же предлагается план теоретической основы китайской политической лингвистики, состоящий из шести аспектов, включая теорию и методологию, исследование политики и языка в Китае и за рубежом, сопоставительные исследования политики и языка, составление китайской языковой личности, менталитета и языковой идеологии на основе китайской языковой картины мира, исследование языка в межкультурной коммуникации, а также исследование применения языковых стратегий и тактик в международной политике. Более того, предлагается план практического исследования, предполагающий работу в пяти направлениях:

1) критический дискурс-анализ политических текстов и дискурсов; 2) семантический анализ текста и дискурса с позиции анализа текста, концепт-анализа и анализа ключевых слов; 3) семиотический анализ текста и дискурса; 4) исследование политической лингвистики с позиции политических стратегий государства; 5) изучение непосредственно методологии политической лингвистики [孙玉华, 彭文钊, 刘宏, 2015: 6–7]. Направление исследования политического дискурса с позиции государственных политических стратегий соответствует задаче настоящей работы выявить черты и направления «мягкой силы» через медиаобраз политического деятеля, что подразумевает введение дискурс-анализа вербального компонента медийного образа.

Таким образом, «язык политики» является актуальным направлением исследований лингвистики на разных ее этапах, включая современный. Обладание языком «мягкой силы» представляется одним из важнейших предметов для изучения и отправной точкой для дальнейших исследований в области политической лингвистики.

### 1.1.2. Элементы политического дискурса

Основной задачей данного параграфа является наиболее точное определение политического дискурса, выявление механизма его функционирования и участников, что в дальнейшем поможет в дальнейшем определению методов и инструментов исследования эффективности конструируемого медийного образа с позиций трансляторов и реципиентов.

В широком смысле политический дискурс понимается как результат «любых речевых образований, субъект, адресат или содержание которых относится к сфере политики» [Шейгал, 2000: 23]. Политический дискурс в таком понимании, согласно Е.Н. Белых, отождествляется с публичной сферой, так как содержание политического дискурса в основном «в стремлении и способности власти (или ее оппозиции) апеллировать к народу,

общественному мнению, социальной поддержке» [Белых, 2019: 24]. Здесь мы видим главное сходство политической сферы со сферой медиа: обе действуют в интересах массы, хотя не зависимы от нее всецело.

Согласно В.А. Масловой, широкое значение политического дискурса охватывает «такие формы общения, в которых к сфере политики относится хотя бы одна из составляющих: субъект, адресат либо содержание сообщения». Другой подход к политическому дискурсу, более узкий, дает нам следующее определение: политический дискурс – это «разновидность дискурса, целью которого является завоевание, сохранение и осуществление политической власти» [Маслова, 2008: 43]. Такого же узкого подхода придерживается и нидерландский ученый Тён ван Дейк. Он полагает, что политический дискурс – это дискурс акторов-политиков, реализация которого осуществляется через документы, речи, программы и диалоги политического характера [ван Дейк, 2013].

Рассмотрение понятия политического дискурса с авторских позиций позволяет выявить очертания границ политического дискурсивного пространства. Так, С.Н. Плотникова предлагает в коммуникативном плане разделить политический дискурс на дискурс политиков и дискурс реагирования. Последний означает «любого рода дискурс, произведенный в качестве реакции на дискурс политика». Таким образом, дискурс политика адресован любому представителю общества в форме социального адресата, т.е. «коллективной личности», противопоставленной политической. Социальный адресат материализуется в конкретный и порождает «дискурс реагирования», где каждый конкретный адресат, выражая собственное мнение, одновременно выражает мнение группы, к которой он себя причисляет и от лица которой говорит [Плотникова, 2009].

Е.И. Шейгал рассматривает политический дискурс как структуру, в центре которой находятся прототипные для данного дискурса жанры, т.е. программы, публичные речи, дебаты, а также вторичные, осуществленные не акторами, а группой «реагирования» жанры, как карикатуры, аналитические

публикации, бытовые разговоры, адресованные политикам обращения – к периферии схемы. Рассуждая о классификации, Шейгал отмечает, что жанры политической коммуникации можно расположить по признакам «институциональность», «официальность» в растущей последовательности следующим образом: бытовое общение, слухи, анекдоты – письма-обращения к политикам – публичный политический скандал – пресс-конференция (общение «политик – граждане») – публичные политические дискуссии, речи лидеров («политик – общество») – законы, политическая документация (общение «государство – общество») – официальные встречи глав государств, международные переговоры (общение «государство – государство») [Шейгал, 2004].

Основываясь на подходах к рассмотрению политического дискурса, исследователи Н.М. Перельгут и Е.Б. Сухоцкая предлагают собственное следующее разграничение видов политического дискурса в соответствии с содержанием и адресантом (См. рис. 1), институциональную составляющую которой, основываясь на специфике исследования, мы представляем в виде визуализированной схемы в данной работе [Перельгут, Сухоцкая: 2013]. Итак, основываясь на понимании ученых, можно установить: 1) разграничение политического дискурса на институциональный и неинституциональный варианты; 2) первичность дискурса политика, т.е. актора или производителя политического дискурса, по отношению к дискурсу реагирования, «запускаемому» им соответственно; 3) единицы, подвергающиеся трансформации. Таким образом, можно наблюдать, что в рамках определенного подвида дискурса формируется различного характера реакция.

Рассматривая схему политического институционального дискурса, мы четко видим, что в основном фокусе исследователей предстают произведения актора, т.е политика, а также «реакция» на них в виде новых дискурсов, представляющих собой переработанное содержание актора с включением личной позиции. Так, посредством смены фокуса на дискурс реагирования, можно наблюдать принятие (или отказ от принятия мнения политика

общественностью, а также судить о том, является ли позиция актора соответствующей позиции масс.

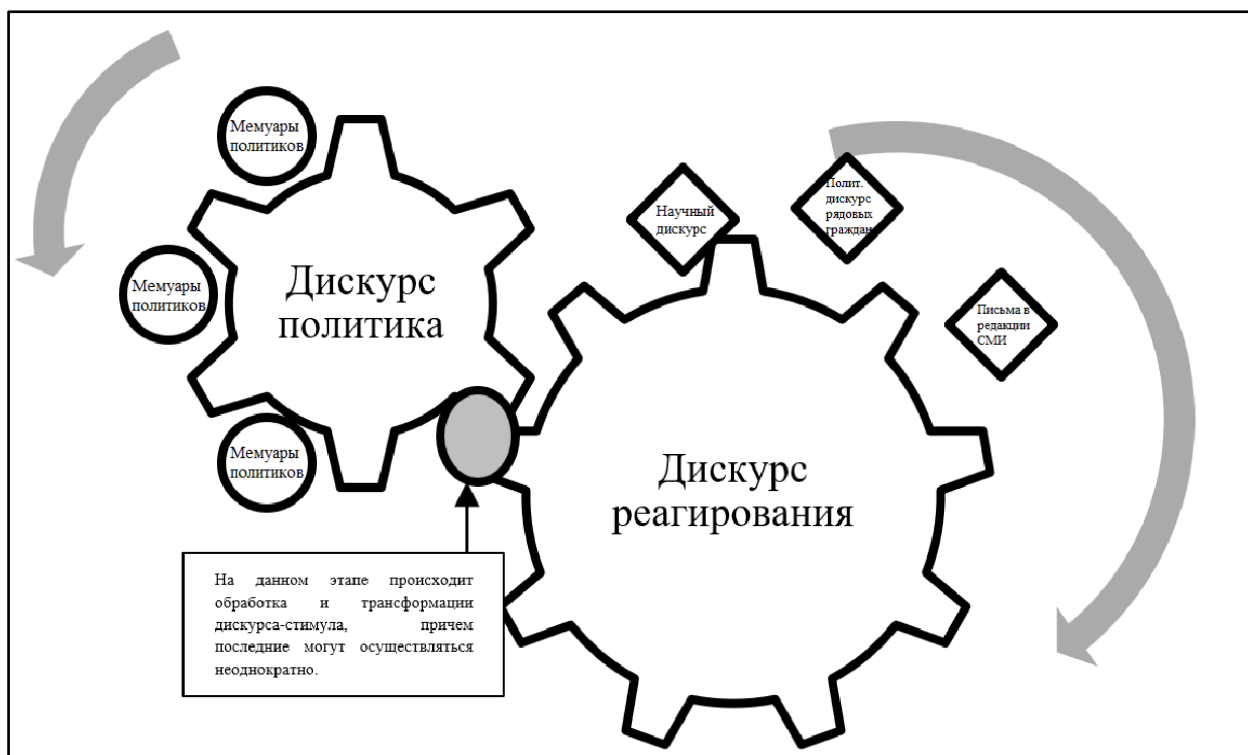


Рисунок 1. Механизм политического институционального дискурса

Таким образом, нами обозначен механизм функционирования политического дискурса с институциональной характеристикой, а также выделены элементы области предстоящего исследования. Согласно нашему пониманию, исследование политического дискурса как сферы трансляции «мягкой силы» через медийный образ первой леди предполагает включение в него как дискурса-стимула, так и дискурса-реагирования, следовательно, привлечение междисциплинарных методов для изучения.

### 1.1.3. Политический дискурс Китая

Задачей данного подпараграфа является анализ научных достижений и определение теоретических основ в сфере исследования китайского политического дискурса, а также выявление специфических особенностей его функционирования.

Благодаря своей национально-культурной специфике китайский политический дискурс по праву считается особенным и поэтому привлекает внимание заинтересованных в исследовании дискурса ученых и требует особенных методик в проведении анализа. Действительно, культурно-историческая основа политического дискурса Китая насчитывает долгое время и огромное наследие.

Считается, что изучение языка политики в Китае началось в 90-х гг. XX века, то есть гораздо позже, чем начались исследования в области политики и дискурса западными учеными в 60-х гг., а свое широкое развитие получило лишь в первом десятилетии XXI века, притом публикации представляли собой анализ конкретных феноменов на основе существующей методики. Из этого можно сделать вывод, что направление исследований является еще достаточно новым для китайской среды и не адаптированным к ее реалиям [Кэ, 2011; Лу, 2016; Пак, 2017].

Е.М. Пак связывает особенности функционирования политического дискурса КНР с особенностями политического языка в Китае, обусловленными потребностью в употреблении особой «политической лексики» в выступлениях у акторов и особых лексических и стилистических средств для номинации и описания политических фигур и явлений у журналистов в СМИ [Пак, 2017: 89].

Действительно, специфика функционирования китайского политического дискурса является продуктом влияния китайской культурной среды и феномена исторической памяти на политический язык, делаая его обладающим рядом уникальных характеристик. Во-первых, согласно И.Г. Нагибиной, «дискурсивные исследования Китая базируются на философско-мировоззренческом фундаменте и уникальной языковой картине мира» [Нагибина, 2017: 8]. Ею выделяются доминирующие культурно-коммуникативные векторы, способные моделировать китайское коммуникативное пространство. Во-вторых, согласно Н.В. Морозовой, феномены-элементы национального самосознания также находят свое

отражение в концептуальном формировании морально-этических норм политического дискурса и практик ведений международных отношений [Морозова, 2016]. Осмысление культурных концептов закрепляется официальными источниками в стратегиях развития КНР и далее цитируется до полного освоения и внедрения в повседневность.

Исследователями отмечается, что, обладая ожидаемыми функциями воздействия и регулирования, медиатексты политического характера в Китае отличаются высокой степенью оценочности, стереотипичностью, институциональностью, лозунговостью, публичностью, дистантностью, информативностью, интердискурсивностью, темпоральностью и т.д. [Кэ, 2010; Калинин, 2017; Пак, 2017].

Хотя российские исследователи полагают, что политический дискурс КНР является областью, получившей недостаточно глубокое исследование, существует масса исследований касательно некоторых феноменов из политической сферы, основанные на структурах подходов к изучению дискурса, выявленных западными исследователями. Например, Сунь Цзишэном выделяется метод критического дискурс-анализа для исследования конкретных ситуаций путем поиска смысловых «узлов» и анализа текста через такие интертекстуальные элементы, как предпосылки, предположения, субъектно-предикативных связей [孙吉胜, 袁莎, 2019].

Е.М. Пак также отмечает критический дискурс-анализ как подход, способный «выявить примеры влияния языка на социальный институт», например, связать появление социального неравенства и других явлений с используемыми средствами коммуникации [Пак, 2017: 90].

Критический дискурс-анализ использовался в исследованиях разных областей: так, Ян Баохуа, Чэнь Сяоли и Ван Дэтянь предполагают применение данного метода для обучения студентов, специализирующихся на английском языке, интенсивному чтению с отбором текста и разбором сем и грамматических конструкций [杨保华, 陈晓丽, 王德田, 2009]; Фэн Синьсинь

проводился критический анализ дискурса рекламы косметической продукции [冯新新, 2012]; Сюй Юнмин исследовался конфликт взаимоотношений студентов-аспирантов и преподавателей [徐雍明, 2019].

В последнее время популярность получил специфический подход к исследованию китайского дискурса, именуемый как китайский культурологический дискурс-анализ. По мнению профессора Ханчжоуского педагогического университета Ши Сюя, ставшего его родоначальником, использование привычного анализа дискурса для описания культурных реалий Китая оказалось недостаточным, а существующая «западная методика» не позволяла в полной мере раскрыть «индивидуальность» парадигмы исследования конкретной культуры [Shi-xu, 2005].

В связи с внедрением новой системы анализа дискурса возникла также необходимость нового определения понятия «дискурс», и Ши Сюй определяет его как «лингвистическую коммуникацию в контексте конкретной культуры», где лингвистическая коммуникация представлена в более широком, «репрезентативном» понимании как «конструирование смысла посредством использования (в первую очередь) языковых символов» [Shi-xu, 2005: 19]. Несущие смысл системы символов в виде устного и письменного, прямого и опосредованного дискурсов, транслируются через традиционные и современные средства массовой информации, каждое из которых обладает особой спецификой и по-своему значима. Таким образом, «дискурс – это неотъемлемая, первичная и преобладающая часть культурной символической жизни» [Shi-xu, 2005: 21].

Связь культурологии и дискурсивного подхода к исследованию коммуникации, находящая свое отражение в новом методе анализа, обоснована недостаточно широким охватом культурного пласта сфокусированной на «Я» западной методологией, и Ши Сюем приводятся в пример освещение события перехода Гонконга под власть Китая в 1997 году в СМИ, где публичные выступления, упоминания в гонконгских газетах



демонстрируют необходимость глобального подхода в анализе текстов, уделяющих внимание «уникальной идентичности» Гонконга и вместе с тем ориентированных на восстановление и поддержание единства внутри и за его пределами при помощи ключевых слов «соотечественники», «семья», «товарищи по несчастью» касательно народов материкового Китая и Гонконга, а также «суверенитет», «экономические сотрудники», «мост» касательно взаимоотношений двух частей Китая [Shi-xu, 2005: 30–31].

Таким образом, главной характерной чертой китайского политического дискурса является его неоднородность, зависимость от культурного, исторического и политического контекста, то есть интердискурсивность. Имидж государства/публичной личности, создаваемый повествованиями, описаниями, аргументацией или в процессе коммуникации, неразрывно связан с образами его населения/слушателей и историческим, культурным и геополитическим «бэкграундами», и именно этот факт объясняет необходимость культурологического подхода к дискурс-анализу, в частности, учитывающего специфику китайского дискурсивного пространства.

## 1.2. Мягкая сила как объект исследований в отечественной и зарубежной лингвистике

В данном параграфе будут освещены основные достижения в области исследования феномена «мягкой силы», историческая основа ее изучения зарубежными и отечественными лингвистами, а также ее реализация в политическом дискурсе.

На то, как складывается образ того или иного государства, влияют многие факторы – система государственного управления, уровень доверия населения ко власти, внешняя и внутренняя политические ситуации и т.д. Таким образом, анализируя обстановку через призму представления об «идеальном государстве», человек формирует в сознании отношение к государству в целом. Вместе с этим возникает вопрос – можно ли повлиять на

формирование образа искусственно? Для этого выводится понятие «имидж», которое раскрывает искусственную природу образа – это репутация, приобретаемая в сознании мировой общественности как результат осуществления тех или иных манипуляций [Цыганов, 2020: 29].

Согласно Л.Г. Коваленко, сила является не только одним из элементов имиджа, формирующим уровень привлекательности государства, но и механизмом влияния, способным устанавливать формы зависимости одного государства от другого [Коваленко, 2017]. Для достижения своих целей государства нередко пользуются различными методами взаимодействия в международных отношениях. В связи с заинтересованностью масс в международной политике значительно выросла популярность исследований силы как инструмента ведения внешней политики среди ученых разных областей: политика, международные отношения, геополитика, философия, лингвистика, зарубежная журналистика [Kurlantzick, 2006; Бояркина, 2014; Русакова, 2015; Ковба, 2017].

Благодаря американскому политологу Джозефу С. Наю, который впервые ввел понятие «мягкой силы» как «способность добиваться результатов на основе добровольности и привлекательности», на современном этапе политологии выделяется несколько видов силы: «жесткая» (hard power) и «мягкая сила» (soft power), противопоставленные друг другу аналогично методам «кнута и пряника» в русской культуре [Nye, 1990].

На фоне активного сотрудничества между странами, формирования союзов, ведения внешней политики, а также непрерывного развития средств массовой информации, в том числе Интернет-пространства, выросла значимость исследования «мягкой силы» и в области лингвистики: так, английский язык, по мнению Британского совета, «стал не только lingua franca для политических, культурных, экономических и коммерческих диалогов, но и инструментом, связывающим разнообразные и далекие друг от друга сообщества» [Wilkinson, 2013: 5].

Тем не менее, использование лишь «мягкой» силы считается недостаточным, о чем свидетельствуют многочисленные исследования по выведению формул «удачной дипломатии». Дж. Наем также признавалась несостоятельность одной лишь «мягкой» или «твердой» составляющей в ведении политики, поэтому помимо противопоставленных друг другу мягкости и твердости, необходима также «умная сила» (smart power) как результат синтеза жесткой и мягкой силы [Nye, 2004].

В Китае исследованиям феномена «мягкой силы» придается большое значение, поскольку ее теоретическое и практическое начала были положены еще в древние времена, о чем свидетельствует ныне сохранившийся трактат «36 стратагем» (三十六计 sānshíliù jì), составленный в виде списка 36 идиом с комментариями-разъяснениями на примерах из «Книги перемен» (易经 yìjīng). «Стратагемой» называют прием, состоящий из заранее продуманной последовательности действий, направленных на решение задачи или достижение цели. В толковом словаре Д.Н. Ушакова понятие сужается до «военной хитрости, действия, которое вводит в заблуждение противника» [Ушаков, 1935–1940].

В трактате описываются 36 стратагем, призванных для достижения цели в различных условиях равенства или неравенства сил, находящихся в постоянном взаимодействии – 刚柔相摩 (gāngróu xiāngmó), пер. «твердое и мягкое трутся друг о друга», либо же противостоянии – 刚柔相推 (gāngróu xiāngtuī), пер. «твердое и мягкое друг друга теснят» [Юй, 2014: 53]. Например, среди таких можно встретить «стратагемы против более сильного» (胜战计 shèngzhàn jì), «стратагемы равных сил (конфликта)» (敌战计 dízhàn jì), «стратагемы атакующего» (攻战计 gōngzhàn jì), а также «стратагемы безвыходных ситуаций» (败战计 bàizhàn jì).

Идея одной из тактик, принадлежащих разделу «безвыходных ситуаций», называемая как «стратагема красотки» (美人计 měirén jì), восходит

к даосской философской мысли, гласящей о «способности мягкого одолеть твердое» (以柔克刚 yǐ róu kè gāng) и также ставшей одним из принципов единоборств. Так, можно встретить множество вариаций употребления данной мысли: 以柔制刚 yǐróu zhìgāng, 以弱制强 yǐ ruò zhì qiáng, 以弱毙强 yǐ ruò bì qiáng, 以弱胜强 yǐruòshèngqiáng, причем последняя, согласно Большому Китайско-Русскому Словарю, может использоваться вместе с фразой 以少胜多 yǐshǎoshèngduō, пер. «малым числом побеждать большое» [БКРС].

Впервые интерпретация «мягкой силы», получившей широкий резонанс после исследований США, была официально озвучена в докладе ныне бывшего председателя КНР Ху Цзиньтао на XVII съезде Коммунистической партии Китая 15–17 октября 2007 г., где им упоминается как неотъемлемая часть развития государства пункт «поднятия на щит китайской культуры», повышения ее влияния наряду с «усилением культурного обмена и заимствованием всех выдающихся достижений мировых цивилизаций» (人民日报, 25.10.2007). Здесь же указано, что «гармоничная» культура, как часть политики, разрабатываемая извне, подразумевает не только пропаганду идей коллективизма, социализма и патриотизма, развертывание показательных примеров нравственности, но и организацию таких массовых мероприятий по укреплению дружбы, сплоченности, взаимопомощи, как Олимпиада и Паралимпиада 2008 года. Анализируя выступление, Б.О. Хубриков высказывает мысль, что китайская «мягкая сила», в идеях изложенная в докладе, должна обладать ярко выраженным «культуроцентризмом» [Хубриков, 2019: 79].

Наряду с развитием «мягкой силы» в КНР, развивается и глубина исследования феномена мягкой силы, причем заинтересованность проявляется и со стороны зарубежных государств, поскольку считается, что азиатская культура, столь отличная от западной, отличается и своеобразием своей привлекательности. Так, учитывая «мягкость» политики, в некотором роде противоречащую достаточно жестким рамкам ограничений, цензуры и

внутреннего строя государства, стоит отметить, что реализация МС в КНР действительно уникальна и, по словам американского исследователя Дж. Курланцика, граничит с интервенцией [Kurlantzick, 2006: 272].

С Джозефа Ная началась тенденция исследования МС в Китае, пользующаяся популярностью до сих пор, это можно отследить по количеству статей по запросу «Мягкая сила» в популярном сервисе научных работ CNKI (中国知网 zhōngguó zhī wǎng) (43 183 результата) и популярным тематическим группам: исследования МС не только увеличились в количествах, но и значительно выросли в сферах применения. Так, на рисунке 2, помимо основных тегов «Си Цзиньпин», «Один пояс – один путь», «глобализация», «жесткая сила», можно видеть и такие сферы исследования, как культура, международные отношения, учения социализма, международные коммуникации, образ страны и т.д. (См. рис. 2):

<input type="checkbox"/> 文化软实力(4788)	<input type="checkbox"/> 软实力(501)	<input type="checkbox"/> 文化建设(301)	<input type="checkbox"/> sociological globalism(226)	<input type="checkbox"/> china(176)
<input type="checkbox"/> 软实力(3055)	<input type="checkbox"/> 国家软实力(444)	<input type="checkbox"/> 企业文化(300)	<input type="checkbox"/> 全球化(224)	<input type="checkbox"/> 文化自信(167)
<input type="checkbox"/> 文化自信(658)	<input type="checkbox"/> 习近平(428)	<input type="checkbox"/> 城市软实力(286)	<input type="checkbox"/> 高职院校(221)	<input type="checkbox"/> 中华优秀传统文化(165)
<input type="checkbox"/> 企业软实力(572)	<input type="checkbox"/> 文化产业(384)	<input type="checkbox"/> 传统文化(252)	<input type="checkbox"/> 新时代(216)	<input type="checkbox"/> 文化产业发展(164)
<input type="checkbox"/> 社会主义核心价值观(558)	<input type="checkbox"/> 中国文化软实力(342)	<input type="checkbox"/> 城市文化软实力(248)	<input type="checkbox"/> 社会主义核心价值观体系(209)	<input type="checkbox"/> 国际传播(159)
<input type="checkbox"/> 国家文化软实力(547)	<input type="checkbox"/> 企业文化建设(330)	<input type="checkbox"/> 社会主义(245)	<input type="checkbox"/> 孔子学院(205)	<input type="checkbox"/> 文化外交(159)
<input type="checkbox"/> 文化软实力建设(528)	<input type="checkbox"/> 中国软实力(321)	<input type="checkbox"/> 文化强国(244)	<input type="checkbox"/> 公共外交(200)	<input type="checkbox"/> 提升路径(157)
<input type="checkbox"/> soft power(515)	<input type="checkbox"/> 国家形象(317)	<input type="checkbox"/> “一带一路”(228)	<input type="checkbox"/> 核心价值观(187)	<input type="checkbox"/> 对策研究(155)

Рисунок 2. Ключевые слова по запросу «мягкая сила» на cnki.net

Исследование Ная предполагало теоретическую основу, которую подхватили и переосмыслили китайцы, и немного позже, в Китае, мягкая сила обрела государственную специфику, в аспекте которой стала актуальной и популярной, поскольку она относится как на широкие, подразумеваемые Наем, так и на менее широкие масштабы изучения, например, на региональном, корпоративном и личном уровнях [百度知道]. Исследование региональной мягкой силы предполагает промышленную диагностику и региональное культурное, деловое и туристическое планирование, корпоративная мягкая сила изучает корпоративную маркетинговую систему; исследование личной мягкой силы специализируется на изучении системы роста элиты в будущем.

Феномен «китайской мягкой силы» заинтересовал научные сообщества всех государств своей направленностью на культурную, идеологическую составляющую, в частности, на обеспечение «идеологической чистоты» (思想纯洁 sīxiǎng chúnjié, 思想安全 sīxiǎng ānquán [人民网, 17.05.2012; cnki.com]). С.В. Михневич отмечает тот факт, что деятели «мягкой силы» в Китае финансово и морально поддерживаются государством, поскольку, как правило, являются государственными служащими [Михневич, 2014]. Им же отмечаются основные направления современной стратегии «мягкой силы» Китая: популяризация китайского языка и китайской культуры, развитие торгово-экономических связей и научно-техническое сотрудничество, поддержка инициатив в области дипломатии и международного развития.

Так, в качестве одного из примеров активного внедрения стратегии «мягкой силы» во внутреннеполитические дела государства приведем работу над популяризацией государственного языка и культуры. В целях сохранения и продвижения китайской культуры во всем мире была создана сеть Институтов Конфуция, и в 2004 году был впервые открыт один из таких институтов в Сеуле, обучение на базе которых ориентировано на поддержание сотрудничества с Китаем в разных точках планеты. На базе институтов проводятся курсы и сдача стандартизированного экзамена HSK (汉语水平考试 hànǔ shuǐpíng kǎoshì) по китайскому языку, организовываются выездные летние школы, действуют системы конкурсов и грантов на обучение и стажировку в университетах Китая.

Языковая политика, проводимая внутри государства, среди коренного населения Китая со времен «политики реформ и открытости» (改革开放 gǎigé kāifàng) и ставшая неотъемлемой частью системы образования страны, также является одним из инструментов «мягкой силы», способствующих объединению народного духа, ликвидации безграмотности населения и стандартизации. С 1995 г. в рамках государственной программы по способствованию распространению стандартизированного диалекта

китайского языка путунхуа действует особый экзамен для коренного населения PSC – 普通话水平测试 pǔtōnghuà shuǐpíng cèshì [百度知道].

В отечественной лингвистике «мягкая сила» стала рассматриваться как инструмент реализации политической власти с начала 2000-х гг., в частности, исследованием О.Ф. Русаковой открывается новое видение МС как инструмента коммуникативной стратегии [Русакова, 2017]. Говоря о первых упоминаниях, стоит отметить, что само понятие «мягкая сила», или «soft power», не применялось широко до того, как Президент Российской Федерации В.В. Путин не указал в своей предвыборной статье «Россия и меняющийся мир» на важность применения МС во внешней и внутренней политике (Lenta.ru, 18.02.2013).

Из статьи можно увидеть, что Россия, в частности, ее правительство, озабочена образом, который создается не местными субъектами, а внешними, зарубежными СМИ. Так, В.В. Путиным было заявлено, что образ России, создаваемый за рубежом, «искажён» и существенно отличается от реальной ситуации, транслируемой государством самостоятельно (Независимая газета, 10.07.2012). Из этого следует, что привлечение новых технологий, в том числе такой, как мягкая сила, особо необходимо в последнее время России для установления положительной ситуации во внешней политике путем формирования ее положительного образа на международной арене через достижения в культурной, духовной и интеллектуальной сферах жизни.

О.А. Селиверстова является одним из наиболее известных ученых, заинтересованных в исследовании феномена «мягкой силы», причем, как и в случае с другими исследователями, в обзор попадает опыт как отечественный, так и зарубежный в сравнении: следуя заинтересованностью научного общества во внешней политике КНР, США и России, а также средствах ее ведения, Селиверстова предлагает языковую политику как «неотъемлемый компонент» мягкой силы [Селиверстова, 2015]. Идея выделения языка как «инструмента мягкой силы» была поддержана О.Р. Жерновой, в своей статье

рассмотревшей феномен МС на примере США и различных программ по распространению английского языка и американской культуры, которые ведутся его правительством [Жерновая, 2018].

Изучением языковой политики как России, так и КНР, со стороны лингвистики также занималась О.И. Завьялова, выделяя одним из факторов ведения внешней политики лингвистический аспект «мягкой силы» в виде языковой политики, направленной на формирование определенного рода языковой ситуации, способствующей поддержанию имиджа страны [Завьялова, 2010].

Таким образом, анализируя исследования западных, отечественных и китайских ученых, мы можем прийти к выводу о разнообразии осмысления феномена «мягкой силы» в зависимости от культурно-исторических предпосылок каждой цивилизации, а также отметить некое сходство в предназначении между имиджем (медийным образом) и МС. Оба представляют собой не только феномены междисциплинарного характера, но и явления искусственной природы с конкретной планируемой целью и механизмом функционирования – достижением цели методами привлекательности и убедительности.

### 1.3. Медиаобраз политического деятеля и проблемы его реконструкции

В данном параграфе будут рассмотрены определения понятия медийного образа и смежных с ним терминов, а также выделены основные подходы к изучению медиаобраза политического деятеля, один из которых актуален для настоящего исследования.

Средства массовой информации нередко являются распространителем какого-либо рода информации в хорошем или плохом свете. Благодаря ним различные события могут освещаться и восприниматься публикой различным образом, поскольку так или иначе информация, поступающая в результате потребителю, на этапе создания контента подвергается обработке через



представителя СМИ, либо же создателя информационного повода – события-инструмента создания имиджа или коррекции отношения масс к объекту [Словарь терминов маркетинга].

Одной из наиболее актуальных и значимых тем является формирование образов государств через образы их политических деятелей, поскольку в масштабах мировой арены это то, что может в значительной степени влиять на жизнь страны как изнутри, так и со внешних сторон. Подробное исследование проблематики целенаправленного или ненамеренного формирования образа позволяет обратиться к двум внешне смежным понятиям – образ и имидж – и провести между ними разграничительную черту во многих аспектах. Для этого необходимо углубиться в сами понятия и их осмысления исследователями.

Согласно словарю С.И. Ожегова «образ» – это «обобщенное художественное отражение действительности, облеченное в форму конкретного индивидуального явления» [Ожегов, 2000]. В словаре Ушакова дается еще одно значение: образ может выступать в качестве «созданного художником или актером характера, типа, например, образ Гамлета» [Ушаков, 2004]. Исходя из данных определений, можно судить об образе как об упрощенном представлении о каком-либо субъекте на основе его типологических характеристик через призму человеческого сознания. Согласно Е.Б. Борисовой, поскольку образ является продуктом человеческого сознания, результатом освоения и преобразования действительности, в нем вычленяются два основных компонента – предметный и смысловой. Предметность позволяет выделять образы-детали, фабульные образы, образы характеров и обстоятельств, судьбы и мира, бытия и вселенной. По смысловому компоненту принято выделять индивидуальные образы, характерные образы, типические образы, образы-мотивы (повторяющиеся образы-тенденции авторов или направлений стиля), топосы (характерные для целой культуры образы) и архетипы (устойчивые схемы воображения) [Борисова, 2009].

Стоит отметить, что в отличие от образа художественного, медийный образ, в частности, образ политического деятеля, находится под большим влиянием политического медиадискурса, в котором транслируется, поэтому представляет реально существующего объекта в необходимом «свете» на основании реальных фактов. Что касается роли СМИ в формировании образа, то исследователем Е.С. Прониной также отмечается, что финального этапа своего формирования в сознании реципиента образ достигает благодаря определенным стереотипическим представлениям о политике «идеальном» и «типичном» [Пронина, 2014: 82].

Эквивалентом русскому «образу» выступает английское слово «image», в котором, помимо вышеуказанных, выделяется дополнительное значение, отличное от русского понимания: *the general impression that a person, organization, or product presents to the public* [Oxford Dictionary] – «общее впечатление, создаваемое о человеке, организации или продукте у масс» (пер.). Данное определение четко указывает на искусственную природу образа, созданного намеренно и целенаправленно, что ведет к генерализации понятий в английском языке и осмыслению имиджа как предмета политологии, социальной психологии и философии, однако приводит к выделению разрозненных понятий «образ» и «имидж» в русском языке [Гурина, 2014].

Ю.С. Сабаева отмечает, что именно в связи с разными трактовками понятий «образ» и «имидж» медиаобраз, создаваемый в текстах СМИ, становится объектом исследования различных гуманитарных наук, включая лингвистику, имиджелогия, журналистику, медиалингвистику, философию, психологию [Сабаева, 2019: 14]. Междисциплинарность феномена медиаобраза позволяет исследовать данное явление с позиций разных наук, следовательно, применять различные методы для изучения. Так, исследователем Ю.С. Сабаевой приводятся несколько аспектов изучения медиаобраза: социально-психологический, культурологический, лингвокогнитивный и лингвистический [Сабаева, 2019: 16]. Т.Н. Галинской отмечаются лингвистический анализ медиатекстов, исследование

эффективности медийного образа «в результате работы фокус-групп», изучение материалов «спонтанных речевых выступлений» как основные тенденции исследования медиаобраза и методики его ведения [Галинская, 2013: 92–93].

Итак, формируемый на основании дискурса политика (дискурса-стимула) и дискурса реагирования в виде материалов СМИ и реакций масс, образ представляет собой определенный набор качеств, ассоциируемых с объектом имиджа, с опорой на стереотипы. На основании определенных ожиданий адресатов, реальной ситуации в государстве, а также особенностей политической коммуникации образ находит свою реализацию в некоторых характеристиках, и Е.В. Егоровой-Гантман выделяются три составляющих структуры образа политического деятеля – персональные (индивидуальные), социальные (определяющие социальную принадлежность) и символические (соответствующие социокультурным ценностям общества) [Егорова-Гантман, 1994]. Классификация характеристик на тематические группы И.В. Ивановой позволяет нам опираться на следующие ипостаси репрезентации образа: внешность, манеры и движения, поведения в официальных и неофициальных ситуациях, умственные характеристики и личные качества, библиографические факты, анализ взаимоотношений с другими странами и политическими деятелями, восприятие людьми, достижения и промахи, особенности выбора одежды, прозвища и др. [Иванова, 2003]. В практической части работы при выделении тематических групп словесных ассоциаций с медиаобразом Пэн Лиюань в ходе проведения ассоциативного эксперимента мы предлагаем ориентироваться именно на нее.

В данном исследовании мы предлагаем рассматривать медийный образ как сложную систему представлений о каком-либо субъекте индивидуальным восприятием, включающую имидж как специфическую ее составляющую. Также в рамках настоящей работы нами предлагается отойти от традиционных практик анализа медиатекстов посредством исследования лишь вербальных механизмов формирования образа и опираться на мультимодальность

политического медиадискурса, выделяя для анализа как вербальные, так и невербальные средства репрезентации медиаобраза, как это предложила в своем исследовании имиджа России В.А. Омеляненко [Омеляненко, 2019].

В качестве обоснования состоятельности данного подхода приведем следующее определение «имиджа» М.В. Чапаевой, в котором подчеркивается внеязыковой механизм формирования: «Имидж – это совокупность знаков и символов, которые выражаются через одежду, прическу, макияж, аксессуары, атрибуты, места обитания, проживания, работы, мимику, манеру поведения, жесты, голос, речь, интонации, подарки, письма. Все то, что мы проявляем, демонстрируем миру (специально или неосознанно), создает имидж» [Чапаева, 2013: 6]. В дополнение стоит отметить, что согласно Ю.В. Сорокиной, мультимодальность предполагает формирование значений «при помощи разных семиотических средств модусов» и «соединение различных кодов предъявления информации», что открывает перед нами возможность исследование медиаобраза в двух ипостасях: лингвистической (вербальной) и экстралингвистической (невербальной) [Сорокина, 2017: 168].

Лингвист А.А. Кибрик отмечает, что мультимодальный подход в лингвистике представляет собой новое направление лингвистической мысли, размывающее границы между традиционными вербальной и невербальной составляющими коммуникации и вовлекающее в анализ вербального канала просодический, жестовый, окуломоторный и другие элементы [Кибрик, 2010: 134–148]. Согласно Т.В. Красиковой и Е.А. Кожемякину, в условиях глобальной визуализации массмедиа именно мультимодальность является «главным признаком современных медиатекстов», позволяя всем компонентам принимать равное участие в создании и трансляции смыслов [Красикова, Кожемякин, 2018: 896]. Действительно, термин «мультимодальный текст», равно как и теория мультимодальности, были разработаны впервые и затем стали применяться Гюнтером Крессом и Тео ван Лиувеном по отношению к текстам, насыщенным несколькими используемыми знакомыми системами [Kress, van Leeuwen, 2001].

Таким образом, привлечение методик мультимодального дискурса-анализа в данное исследование позволит в полной мере изучить влияние складываемого медийного образа в так называемых «креолизованных текстах», которые включают в себя использование как вербального, так и невербального компонента коммуникации. Полученные результаты в виде выделенных тематических групп-элементов конструирования смысла помогут расширить понимание принципа функционирования китайского политического медиадискурса и углубить социологическую значимость исследования.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

В первой главе настоящей выпускной квалификационной работы было проведено изучение теоретико-методологических основ исследования политического дискурса КНР, обозначено его функционирование и подразделение на элементы, раскрыто понятие медийного образа первой леди КНР и «мягкой силы», выявлена схожая черта в их предназначении, а также установлена необходимая методологическая база для дальнейшего осуществления анализа медиаобраза с точки зрения вербальных и невербальных средств его трансляции.

Политический медиадискурс как один из типов дискурса классифицируется по сфере использования и определяется как сочетание дискурса акторов-политиков, реализация которого осуществляется через документы, речи, программы и диалоги политического характера, и дискурса реагирования, произведенного в качестве реакции на дискурс политика. Отличия политического медиадискурса от политического дискурса состоит в сфере коммуникации, осуществляемой между дискурсом-стимулом (речепроизводителей) и дискурсом реагирования (массами), в виде массмедийного пространства, имеющего в качестве специфической особенности сочетание экспрессивности содержания и яркого стилистического наполнения с закрытым характером и пропагандистской направленностью.

Медийный образ (имидж) политического деятеля относится к политическому медиадискурсу и, обладая искусственной природой, является результатом воздействия различных участников политического медиадискурса на общественные массы в виде осмысления субъекта объектами воздействия.

Для проведения дальнейшего исследования нами была проанализирована теоретико-методологическая база исследования политического дискурса, в частности политического медиадискурса КНР. Для

более полного раскрытия термина «медийный образ» была проведена разграничительная черта между схожими понятиями «образа» и «имиджа» и выведена специфическая черта медийного образа – искусственная природа, то есть сочетание естественной реакции реципиента с применением стратегий воздействия. Мы установили, что между медиаобразом и «мягкой силой» имеется общая черта: установление необходимых целей путем ненавязчивого, добровольного вовлечения к участию силой привлекательности, противопоставленной «жесткой силе» с угрозами и санкциями в качестве инструментов.

В рамках китайского политического медиапространства, медийный образ, учитывая специфику функционирования политического дискурса КНР, особенности менталитета и личности транслируемой фигуры, проявляет себя совсем иначе, нежели в медиапространстве других стран, поскольку Пэн Лиюань является активным речепроизводителем в гораздо меньшей степени, чем активным участником и производителем дискурса. Именно поэтому нами был принят вывод о необходимости внедрения мультимодального подхода в исследование для анализа как вербального компонента имиджа, так и невербального, с учетом каналов и измерений его трансляции. Применение методик культурологического дискурс-анализа для вербальной составляющей медиаобраза и мультимодального анализа для невербальной позволят расширить понимание функционирования политического медиадискурса КНР и углубить социологическо-культурологическую значимость исследования.

## **ГЛАВА 2. АНАЛИЗ СРЕДСТВ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИЙНОГО ОБРАЗА ПЭН ЛИЮАНЬ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ КНР**

Данная глава посвящена анализу медийного образа первой леди КНР Пэн Лиюань с позиции культурологического анализа дискурса по методу Ши Сюя, а также посредством мультимодального подхода к анализу невербальных средств репрезентации образа. В то время как мультимодальность позволяет ориентироваться на невербальные способы передачи смысла [Загидуллина, 2020: 42], выбор культурологической направленности дискурс-анализа обоснован культурными и историческими изменениями в образе первой леди и его трактовке с прошлых времен вплоть до современности. Так, анализ средств формирования имиджа Пэн Лиюань потребует более широкого подхода, базированного не только на специфике традиций китайской культуры и отходе от западоцентризма в исследовании культурного дискурса, но и концепции глобальности, универсальности исследования коммуникативной деятельности в целом [Го, Шарафутдинов, 2019: 5–6]. В ходе работы над практической частью исследования было проанализировано 130 единиц вербальной репрезентации и 30 единиц невербальной репрезентации образа Пэн Лиюань из новостных публикаций официальных и неофициальных изданий КНР, а также независимых блогов социальной сети Weibo.

2.1. Реализация медийного образа Пэн Лиюань в китайском политическом медиадискурсе на базе культурно-коммуникативных векторов китайского культурно-дискурсивного пространства

Современный исследовательский опыт позволяет осуществлять анализ дискурса с позиции различных подходов, и одним из таких, отвечающим реалиям китайского дискурса, является культурологический дискурс-анализ по Ши Сюю. Особенности функционирования языка, культурные и



исторические предпосылки позволяют исследователю самостоятельно формировать методологию анализа дискурса.

В настоящей работе мы предлагаем опираться на выделенные И.Г. Нагибиной культурно-коммуникативные векторы китайского культурно-дискурсивного пространства, среди которых имеются следующие: «Гармония» / «中和» (zhōnghé), «Лицо» / «脸面» (liǎnmiàn), «Смысл вне пределов языковой формы» / «言不尽意» (yánbùjìnyì), «Диалектический подход» / «辩证思维» (biànzhèng sīwéi), «Включение в отношения» / «关系» (guānxì), «Почитание авторитета» / «崇尚权威» (chóngshàng quánwēi), «Патриотизм» / «民族爱国主义» (mínzú àiguó zhǔyì), «Вежливость» / «礼貌» (lǐmào), а также конституэнт «Эстетика речи» / «话语审美» (huàyǔ shěnměi) [Нагибина, 2017: 65]. Данные векторы выделены на базе основных ориентиров-механизмах общения, детерминантов современной коммуникации и вместе с тем архетипов традиционного китайского дискурса: «Гармония» / «和» (hé); «Вежливость, учтивость» / «客气» (kèqì); «Репутация, достоинство» / «面子» (miànzi); «Этикет, ритуал» / «礼» (lǐ); «Скрытый смысл» / «含蓄» (hánxù); «Патриотизм» / «爱国» (àiguó); «Связи, отношения» / «关系» (guānxì); «Почитание и усердное выполнение воли предков» / «孝» (xiào); «Равно благожелательное отношение к людям» / «仁» (rén).

Вышеупомянутые конституэнты обладают универсальностью и находят свое отражение практически в любой сфере коммуникации. Так, в своей статье Н.Б. Помозова анализирует используемые в выступлениях ключевые слова и частотность их употребления и приходит к выводу, что внешняя политика Китая, обозначенная в ходе заседаний, имеет тенденции преемственности «мирной» риторики, ориентации на «мирное развитие» и вместе с тем следования концепции «мирного возвышения», а главное, готовности ведения «дипломатии с китайской спецификой». С позиции лингвистики данный вывод может прозвучать следующим образом: согласно проведенному

исследованию и выделенным в его результате языковым единицам, можно наблюдать преобладание концептов «Гармония» (мирное невмешательство), «Эстетика речи» («мирная риторика»), «Включение в отношения» («глобализация», «общий», «партнерство», «сосуществование» и т.д.) и «Диалектический подход» (мирное возвышение) [Помозова, 2018].

На основе проведенного анализа эмпирического материала в рамках данной работы при помощи отбора методом интерпретации рассуждений о языке с позиции китайского философского знания мы предлагаем выделить следующие модусы реализации медиаобраза Пэн Лиюань на базе культурно-коммуникативных векторов китайского культурно-дискурсивного пространства: «Образ» (70 единиц), «Включение в отношения» (50 единиц) и «Патриотизм» (30 единиц), в равной мере обеспечивающие позитивное восприятие транслируемого медиаобраза первой леди КНР.

### 2.1.1. Вербализация модуса «Образ» / «象»

Образ является одним из важнейших концептов китайского коммуникативного пространства, и зачастую большое внимание в китайской лингвокультуре сосредоточено именно вокруг данного понятия. Так, концепт «лицо» ( 脸面 liǎnmiàn) является основополагающим компонентом в формировании коммуникации – 人活一张脸, 树活一张皮 rén huó yīzhāng liǎn, shù huó yīzhāng pí («человеку не жить без чести, дереву не жить без коры; репутация для человека как кора для дерева») [БКРС]. В связи с этим особой внимание уделяется не просто эстетике речи медийной личности, в частности, политической фигуры, но и «образу», который складывается в средствах массовой информации и затем транслируется в мышление масс.

Говоря о личности политика через призму модуса «образ», стоит обратиться к тому, что является фактором, репрезентирующим данный модус. Нами предполагается несколько направлений развития дискурса в рамках модуса, включая такие аспекты демонстрации образа, как непосредственно

конкретный, включая облик, манеры, характерные поступки Пэн Лиюань и т.д., а также абстрактный, раскрывающий ее принадлежность к социальным ролям. В ходе анализа было установлено, что из 70 отобранных вручную единиц репрезентации образа первой леди КНР через модус «Образ» 43 единицы принадлежат конкретному уровню, а 27 – абстрактному.

Так, «образ» первой леди характеризуется такой насыщенной позитивной оценкой лексикой, как, например, «достойный» (端庄 duānzhuāng), «изысканный» (大方 dàfāng), употребляемыми в составе единого словосочетания:

- 至于中国的网民们，中国的民众，包括那些通常对政府持批判态度的一些知识分子，他们都对于彭丽媛这样的一种端庄大方，同时在国际上也代表潮流的形象予以高度的评价。(Russian.china.org.cn, 01.04.2013, URL: <https://on.china.cn/3gpYeGS>)

*Что касается Интернет-пользователей Китая, простых китайцев, и даже той части интеллигенции, которая критично настроена по отношению к правительству – все они дают высокую оценку Пэн Лиюань, которая демонстрирует **достойное поведение и манеры**, представляет мировые тенденции.<sup>1</sup>*

Стоит отметить, что слово 大方 dàfāng («щедрый, великодушный, непринужденный, изысканный» [БКРС]), часто используемое по отношению к Пэн Лиюань и чья этимология отсылает еще к эпохе Чжоу, трактовалось ранее как 明白大道理的 míngbai dàdàolǐde («выдающаяся личность, понимающий истину» [在线汉语词典]) и имело синонимичное значение слову 端庄 duānzhuāng («достойный» [БКРС]), история которого начинается с эпохи шести династий, что приводит к их употреблению в современном языке в виде объединенного устойчивого словосочетания с усилением коннотации «ценностный ориентир», а также более широкому пониманию употребляемого

---

<sup>1</sup> Здесь и далее перевод выполнен автором работы Д.О. Петелиной.

словосочетания сейчас и раскрытию более многогранной характеристики первой леди.

Помимо упоминаемой выше фразы со значением «изысканности, достоинства» в различных вариациях (庄重典雅 zhuāngzhòng diǎnyǎ), встречается также и упоминание «достойности, сдержанности» вместе со словом «изящество, грация, элегантность»:

- 【第一夫人彭丽媛一天 3 种造型，怎么换都很美！】早上迎接外宾，“中国红”优雅礼裙，**庄重典雅**；中午出席招待会，白色长裙搭配淡蓝色鞋包，**清丽而飘逸**；晚上观看文艺晚会，添了一件百褶红色披肩，穿出了不同韵味而更显**优雅端庄**。(Weibo, URL: <http://t.cn/Ry2Nq4q>)

*[З аутфита Пэн Лиюань за один день, что ни наденет, всегда красива!]  
Утром вышла приветствовать гостей в изящной традиционной юбке цвета киновари, **торжественно и изысканно**; в обед присутствовала на приеме в длинной белой юбке с бледно-голубыми туфлями, **изящно и незаурядно**; вечером накинула красную накидку в складку и так наблюдала театрально-художественное представление, это выглядело незаурядно, изящно и, что очевидно, **сдержанно-элегантно**.*

Кроме того, в процессе восприятия новостных текстов у реципиента создается положительная эмоциональная реакция на образ первой леди, которую удастся достичь при помощи усиления степени интимизации коммуникации, а также использования маркера интертекстуальности в виде упоминания прецедентного имени «мама Пэн»:

- 笑容可掬，平易近人，**彭麻麻**怎么看都好美！(Weibo, URL: <http://t.cn/Ry2Nq4q>)

*Улыбка просто до ушей, такая близкая к народу, **мама Пэн** всегда очень красива, как бы ни выглядела!*

- 习近平出访英国当地时间 10 月 20 日，国家主席习近平在英国伦敦白金汉宫出席英国女王伊丽莎白二世举行的欢迎晚宴。**彭麻麻**一身蓝色长裙

优雅端庄。中午的午宴后，习大大还将两张彭丽媛的音乐专辑赠送给英国女王和菲利普亲王作为礼物[心]图 8 图 9 的造型你们懂的！(Weibo, URL: <http://t.cn/RUvTy1g>)

*20 октября по местному времени Си Цзиньпин посетил Англию, где в Букингемском дворце поучаствовал в вечернем банкете, устроенном королевой Елизаветой. В своем элегантном синем платье **мама Пэн** выглядела **достойно**. После званого обеда, во вторую половину дня папа Си преподнес королеве и принцу Филиппу в качестве подарка два музыкальных сборника Пэн Лиюань [сердце] 8 и 9 картинки, ну вы поняли!*

Обращаясь к прецедентным именам «папа Си» и «мама Пэн», стоит отметить, что данные понятия отсылают к видеоролику, выпущенному в 2014 году и посвященному любви председателя КНР Си Цзиньпина и его супруги Пэн Лиюань. Ролик, набравший 20 миллионов просмотров за 5 дней, мгновенно вызвал оживление среди Интернет-пользователей.

В данном примере можно также наблюдать графический символ-эмодзи «сердце», который можно расценивать в равной степени как стилистическое средство эмоциональной окраски высказывания, так и условная замена знаку препинания в конце предложения [Нашхоева, 2011].

Внешние атрибуты первой леди нередко становятся центральной специфической чертой языкового образа Пэн Лиюань. К таким проявлениям относятся качественные прилагательные «хороший, высокий, сильный» в именных словосочетаниях «высокий индекс привлекательности», «хороший темперамент», «сильное чувство стиля» (букв. перевод):

- 习主席夫人彭丽媛陪同出访引发外媒高度关注。访问期间，西方主流媒体众口一词称赞彭丽媛“颜值高、气质好、时尚感强”，境外社交媒体更是有网民赞叹彭丽媛是“现代中国女性最完美的代表”。每日邮报、卫报大篇幅追踪彭丽媛出席正式场合的装扮，赞美她风度优雅，是“不少人心中的巨星”。(央广新闻, 25.10.2015, URL: <https://bit.ly/3gqclMA>)

*Супруга президента Си Пэн Лиюань, сопровождавшая его в иностранном визите, была запечатлена СМИ. Во время визита ведущие западные СМИ хвалили Пэн Лиюань за ее «красивую наружность, приятный темперамент и высокое чувство стиля», а некоторые пользователи сети из зарубежных социальных сетей отметили Пэн Лиюань как «самого идеального представителя современных китайских женщин. Daily Mail и Guardian следили за нарядами Пэн Лиюань на официальных мероприятиях и хвалили ее за элегантность и грацию, называя «суперзвездой людских сердец».*

Отсылки как средство речевого воздействия применяются не только к известным именам, но и к ключевым словам, стереотипам, прецедентным феноменам [Иссерс, 2016]. Так, в примерах ниже можно встретить явление актуализации позитивного влияния имиджа первой леди на образ Китая при помощи упоминаний ключевого слова «визитная карточка», стереотипного проявления концепта «Лицо» в китайской национальной психологии:

- 彭丽媛的出场如果能够获得外界赞誉，至少能够从另外一个维度提升中国的国际形象。正如新加坡《联合早报》社论指出，彭丽媛能够成为中国的“新名片”。毕竟，政府或相关机构并不能控制一个国家的国际形象，任何独立的个体，都能够在某个场合展示一个国家的形象。(Russian.china.org.cn, 11.04.2013, URL: <https://on.china.cn/3pMcfSb>)

*Если выход Пэн Лиюань заслуживает положительные оценки за рубежом, то это по крайней мере, наряду с другими мерами, **повышает международный образ Китая**. Как отмечено в сингапурской газете «Ляньхэцзаобао», Пэн Лиюань становится **новой «визитной карточкой Китая»**. Ни правительство, ни соответствующие органы не могут контролировать международный образ своего государства, а отдельный индивид может в определенной ситуации представлять его.*

Особенно важно упомянуть также широкое употребление имени Пэн Лиюань как синоним феномену «мягкой силы», начало которому положила статья от 1 апреля 2013 года с названием «Сопровождение главы Китая в виде

Пэн Лиюань подчеркивает “мягкую силу” Китая». В примере ниже нами наблюдается актуализация мягкой силы посредством апелляции без ссылки на источник:

- 正因为此，许多分析家认为彭丽媛作为“第一夫人”出访，的确有利于对外展示“中国软实力”。(Russian.china.org.cn, 11.04.2013, URL: <https://on.china.cn/3iCS4Vd>)

*В этой связи многие аналитики считают, что визиты Пэн Лиюань как первой леди действительно имеют значение в демонстрации «мягкой силы» Китая.*

В данном примере образ Пэн Лиюань отождествляется с прецедентным феноменом «мягкая сила», что интенсифицирует значимость ее зарубежных поездок как представителя Китая.

- 彭丽媛的“柔性外交”在“润物细无声”中，彰显了中国的软实力。(青年网新闻, 02.09.2017, URL: <https://clck.ru/Uvpfd>)

*«Мягкая дипломатия» Пэн Лиюань демонстрирует мягкую силу Китая своим «беззвучным альтруизмом».*

В примере выше помимо апелляций к прецедентным феноменам, мы можем также наблюдать употребление метафорического высказывания «беззвучным альтруизмом» как средства выражения смысловой экспрессивности.

Таким образом, в рамках модуса «Образ» политический медиадискурс КНР реализуется двумя уровнями (абстрактный и конкретный) широким использованием позитивной оценочной лексики, прецедентных феноменов и имен, опорой на ключевые слова «мягкая сила» и др. Данные средства формируют позитивное отношение реципиента к образу политического деятеля с позиции включения в него характеристик, свойственных не только официальному лицу, а значит, сближения с массами.

## 2.1.2. Вербализация модуса «Включение в отношения» / «关系»

Концепт отношений «关系 guānxì», тесно связанный с концептом «лица», играет важнейшую роль в формировании китайской национальной психологии, являясь основой для социальных механизмов достижения необходимых благ [Спешнев, 2011: 138–140].

И.Г. Нагибиной отмечается несколько проекций воплощения конституэнта «关系 guānxì»: 1) отношения семьи и государства; 2) отношения чиновников и простого народа; 3) отношения простых людей между собой [Нагибина, 2017: 167]. Обращаясь к отношениям первого и второго типов, наиболее подходящим к описанию образа Пэн Лиюань, мы выделяем несколько аспектов реализации модуса, начиная конкретным значением персональных взаимоотношений и заканчивая абстрактным значением данного понятия, включающим в себя реализацию дипломатических интересов. В ходе анализа было установлено, что из 50 выделенных единиц репрезентации медиаобраза Пэн Лиюань через модус «Включение в отношения» 26 из них относятся к абстрактному, а 24 – к конкретному уровню реализации.

Являясь не только национальным деятелем, но и постоянным участником ряда международных организаций, Пэн Лиюань действительно делает немалый вклад в развитие отношения Китая с другими странами. Средствами массовой информации производится апелляция к социально значимой ценности ведения Пэн Лиюань дипломатических отношений через прямую и косвенную речь:

- 新华社北京 3 月 3 日电 3 月 2 日，国家主席习近平夫人彭丽媛复信斯里兰卡德薇女子学校学生，感谢同学们来信支持中国抗击新冠肺炎疫情，勉励同学们为传承中斯友好作出贡献。（新华网，04.03.2020，URL: <https://bit.ly/3xmugJH>)



*По сообщению агентства Синьхуа, Пекин, от 3 марта, 2 марта жена президента Си Цзиньпина, Пэн Лиюань, в письменной форме ответила ученикам школы Девы на о. Шри-Ланка, **поблагодарив** учениц за их письма в поддержку борьбы Китая с новой эпидемией коронавируса, а также **поощрив** намерения учениц внести свой вклад в наследие дружбы между Китаем и о. Шри-Ланка.*

Помимо тематической организации сообщения, направленной на интенсификации степени значимости межгосударственных взаимоотношений, в примере выше мы можем также наблюдать лексическую актуализацию институционального характера коммуникации в виде перформативных глаголов-экспрессивов «благодарить» и «поощрять, побуждать», употребление которых сводится к официальному стилю изложения.

- 彭丽媛表示，在中国抗击新冠肺炎疫情的特殊时刻收到你们的来信和亲笔画。你们的画画得很好，充满爱心，传递出斯里兰卡人民对中国人民的真挚友谊，习近平主席和我很喜欢。爱心是我们抗击疾病最强的力量。疫情发生后，斯里兰卡社会各界自发为中国举行祈福和祝愿活动，给予我们关心和支持。(新华网, 04.03.2020, URL: <https://bit.ly/2U6uBlj>)

*Пэн Лиюань отметила: «В особый момент борьбы Китая с новой эпидемией коронавируса я получила ваши письма с подписями. **Рисунки, которые вы нарисовали, очень красивы, полны любви и передают искреннюю дружбу народа Шри-Ланки китайскому народу, и нам с президентом Си Цзиньпином они очень нравятся. Любовь – это наша самая мощная сила в борьбе с любыми болезнями. После начала эпидемии все слои шри-ланкийского общества добровольно провели благотворительные акции для Китая, чтобы оказать нам помощь и поддержку.**».*

В данном примере напротив, характер сообщения выводится в интимный регистр коммуникации, сближая субъекта с реципиентом и тем самым провоцируя на позитивную ответную реакцию. Стоит также отметить,

что при сохранении поучительного тона сообщение содержит простую в понимании разговорную лексику (画得很好 huà de hěn hǎo, 很喜欢 hěn xǐhuan), обособленную наречием степени «очень» (很 hěn) и суперлативом «самый» (最 zuì). Поучительный тон сохраняется и во фразе «爱心是我们抗击疾病最强的力量», однако в контексте употребления метафоры-сравнения любви с силой выполняет функцию интимизации повествования путем посвящения читателя в диалог, подобный тому, что происходит между родителем и детьми.

- 彭丽媛表示，中斯友谊源远流长。在你们身上，我看到了中斯两国人民友好的未来。希望你们不负韶华、努力学习，做促进中斯友谊的小使者。(新华网, 04.03.2020, URL: <https://bit.ly/2U6uBlj>)

*Пэн Лиюань сообщила, что дружба между Китаем и Шри-Ланкой имеет долгую историю. «Благодаря вам, я вижу дружеское будущее для китайцев и шри-ланкийцев. Я надеюсь, что вы будете активны в своей юности, усердно будете учиться и станете маленькими послами с миссией укрепления дружбы между Китаем и Шри-Ланкой».*

Помимо позитивно окрашенной оценочной лексики, в примере присутствуют перформативы, выражающие осведомленность и надежду. Идея сближения с реципиентом для определения общей цели подчеркивается чэньюем со значением «иметь долгую историю, зародиться давным-давно» (源远流长 yuán yuǎn liú cháng) [БКРС].

Стоит также отметить, что, помимо дипломатии, в примерах выше актуализируется социальная значимость дружеских отношений. Позиция подкрепляется прямой речью, насыщенной маркерами разговорной речи (опущение субъекта, использование синонимичных конструкций для усиления смысловой нагрузки, употребление уменьшительно-ласкательных префиксов), что снижает статусность характера передачи информации.

Говоря о взаимоотношениях межличностного характера, стоит отметить высокую частотность упоминания средствами массовой информации нежных

и любящих отношений между Пэн Лиюань и ее супругом, Си Цзиньпином, как пример для подражания. В контексте данного явления наблюдается повышенная степень интимизации, выражаемая в употреблении более разговорного стиля и эмоционально окрашенных выразительных средств:

- **【习近平彭丽媛情侣装出访 树中国时尚形象】**习近平近日携夫人彭丽媛出访美洲。随着公开亮相的新造型不断涌现，第一夫人的时尚品味又得到了广泛的关注，同时主席和夫人的**恩爱情侣色**也成为此次美洲之行的一大亮点，**中国风的最佳代言人**这次又给我们带来什么样的惊喜呢？详情 (Weibo, URL: <http://t.cn/zHCFKdv>)

*[Визиты Си Цзиньпина и Пэн Лиюань в парных костюмах создают имидж китайской моды] Не так давно Си Цзиньпин и Пэн Лиюань нанесли визит в Америку. С возникновением в публичных появлениях новых стилей всеобщее внимание привлекли модные предпочтения первой леди, а **нежные романтические цвета** нарядов председателя и его супруги стали изюминкой поездки в Америку. Какие же сюрпризы на этот раз преподнесли **лучшие представители китайского стиля**? Подробности далее*

В данном примере нами наблюдается солидаризация «первой пары» КНР с обычными гражданами, снижается степень статусности характера сообщения и достигается интимный регистр коммуникации, что сближает первую леди и ее супруга с реципиентом и формирует позитивное восприятие образа последним.

- 孝敬父母、爱护妻儿，习近平把家庭幸福看得很重。他和夫人彭丽媛，相亲相爱、相互扶持，从“一见钟情”到“一生相伴”，成为了大家心中当之无愧的“国民眷侣”。(Weibo, URL: <http://t.cn/zHCFKdv>)

*Почитая родителей и любя своих жену и ребенка, Си Цзиньпин придает большое значение семейному счастью. Он и его жена Пэн Лиюань любят друг друга, поддерживают друг друга. **От «любви с первого взгляда» до «спутника на всю жизнь»**, в сердцах людей они стали заслуженной **«национальной парой»**.*

В примере выше модус «Включения в отношения» реализуется солидаризацией отношений государственных служащих с отношениями типичных представителей страны, а эффект усиливается включением синтаксического параллелизма и лексического средства выражения экспрессивности – чэньюев «любовь с первого взгляда» и «спутники на всю жизнь».

Таким образом, в рамках модуса «Включения в отношения» политический медиадискурс КНР находит свою реализацию по двум уровням (международные отношения и личные отношения) в виде актуализации социально значимых ценностей через сближение с реципиентом, не только посвящая его в историю и процесс личных взаимоотношений первой леди с главой государства, но и делая его наблюдателем и соучастником исторического процесса построения международных отношений.

### 2.1.3. Вербализация модуса «Патриотизм» / «爱国»

Патриотизм является особенно значимым пунктом в формировании национального характера представителей Китая, насчитывающим долгое время. В своей статье Сюй Хунбо отмечает основания некоторого «высокомерия» китайцев по поводу своей значимости как нации в виде упоминания «истории Китая, насчитывающей 7000 лет», к тому же весьма мифологизированной [Сюй, 2011: 190]. Культуроцентризм Китая проявляется и в особенной любви к упоминанию социальной значимости исторических событий, направленных на формирование существующей концепции государственного порядка, поэтому китайские общественно-политические тексты патриотического характера нередко обладают ярко выраженной спецификой лозунговости, воздействующей экспрессивности, употребления высокой книжной лексики и т.д.

И.Г. Нагибина полагает, что культурно-коммуникативный вектор «Национальный патриотизм» проявляется в своего рода «имплицитном

оппонировании ярким противникам», и такое явление нередко можно обнаружить не только в публичных выступлениях политических деятелей, но и в информационных блогах социальных сетей [Нагибина, 2017: 177]. Безусловно, в контексте первой леди Китая патриотизм способен проявляться в противопоставлении Пэн Лиюань первой леди США, главного конкурента Китая:

- 彭丽媛入选美媒“2013 最佳着装榜” 米歇尔落榜 (环球时报, 02.08.2013, URL: <https://bit.ly/3vHKeg0>)

*Пэн Лиюань была включена американскими СМИ в «список лучших нарядов 2013 года». Мишель выбыла*

В данном примере заголовка к новостной статье о достижении Пэн Лиюань мы можем видеть актуализацию превосходства Китая над США путем упоминания часто сравниваемой с Пэн Лиюань Мишель Обамы в словосочетании 米歇尔落榜 (Mǐxiěěr luòbǎng) с буквальным значением «Мишель провалилась, выбыла из списка» [БКРС]. Таким образом подчеркивается, что американскими средствами массовой информации признается превосходство китайской первой леди над американской.

- 香港的时装界达人，给彭丽媛的评分是 95 分，而且认为彭丽媛在时装方面的表现超过了美国的第一夫人。(Russian.china.org.cn, 01.04.2013, URL: <https://on.china.cn/3wIE4h4>)

*Известный сянганский специалист (из Гонконга) из модной индустрии оценил Пэн Лиюань на 95 баллов и считает, что в отношении одежды и украшений она обошла первую леди США.*

В примере выше мы можем наблюдать актуализацию превосходства китайской первой леди над американской в аспекте стиля посредством апелляции к авторитетному мнению без ссылки на конкретный источник.

Вместе с указанным выше стоит также упомянуть, что в последнее время тенденция применения тактики оппозиционирования, то есть сравнения первой леди Китая с первой леди США с ярким выражением оценочности,

идет на снижение, и экспликацию гордости за Китай через его первую леди можно наблюдать в высказываниях отождествления:

- 从此，可以说，美国有米歇尔，而我们有彭丽媛。” (中国青年网, 28.03.2013, URL: <https://bit.ly/35E3ZKW>)

*Исходя из этого, можно сказать, что в Америке есть Мишель, а у нас – Пэн Лиюань».*

В данном примере отождествление достигнуто при помощи употребления синтаксического параллелизма в виде конструкции 美国有 ..., 而我们有 ... (měiguó yǒu ..., ér women yǒu ...), позволяющего читателю определить две ситуации как равнозначные.

- 《星期日邮报》援引分析人士的话指出，通过彭丽媛整齐的发型以及精心准备的着装，也就不难理解为何人们把她和美国最漂亮的第一夫人杰奎琳·肯尼迪、以及前法国第一夫人卡拉·布鲁尼相比较了。(URL: <https://bit.ly/3zQ83Wq>)

*Газета «Sunday Mail» процитировала мнение аналитиков о том, что благодаря аккуратной прическе и хорошо подобранному наряду Пэн Лиюань нетрудно понять, почему люди сравнивают ее с Жаклин Кеннеди, самой красивой первой леди США, и Карлой Бруни, бывшей первой леди Франции.*

Употребление фразы «нетрудно понять, почему...» в примере выше также демонстрирует нам приведение аргумента к позиции о соответствии Пэн Лиюань роли первой леди, основанного на тактике солидаризации с популярными мнениями о первых леди США и Франции.

Согласно И.Г. Нагибиной, вектор «Патриотизм» также проявляет себя в контексте выдающихся успехов граждан государства [Нагибина, 2017: 174]. По этой причине, говоря о патриотизме в контексте первой леди КНР, мы делаем предположение о реализации модуса «Патриотизм» в аспектах освещения гордости за Пэн Лиюань как гражданина КНР и государственной значимости совершаемых Пэн Лиюань дел в средствах массовой информации.

这位令中国人感到骄傲的中国女人，向世人传递出一股强烈的中式正能量。(人民画报, 08.08.2013, URL: <https://bit.ly/3vHTgd8>)

*Эта вызывающая у соотечественников гордость китаянка демонстрирует публике мощнейшую «китайскую» позитивную энергию.*

В данном примере вместе с актуализацией гордости за Пэн Лиюань мы можем также наблюдать отождествление ее с «китайским стилем» (中式 zhōngshì), то есть национальную идентификацию как гражданки Китая.

Говоря о Пэн Лиюань как об идеальной кандидатуре на место первой леди, нельзя не упомянуть значимость ее образа и деятельности на государственном и международном уровне, и «Патриотизм» реализует себя также в контексте значимости образа первой леди как инструмента «мягкой силы» в международной дипломатии:

- 这一次的“夫人外交”，既是软实力，又是巧实力，还是既柔软又巧妙的“她实力”，以让中国和世界都兴奋的感性方式，赢得了巨大的外交效益。(中国青年报, 01.04.2013, URL: <https://bit.ly/3gHIWNZ>)

*На этот раз «женская дипломатия» — это не просто мягкая сила, но также и умная сила, или же мягкая и креативная «женская сила». Она принесла огромные дипломатические выгоды, волнующие как Китай, так и весь мир.*

В данном примере мы можем наблюдать не только актуализацию важности вклада Пэн Лиюань государственной и международной значимости, но и такие явления, как апелляции к прецедентным феноменам «женская дипломатия» (夫人外交 fūrén wàijiāo), получившему свою популярность после введения в оборот министром иностранных дел Китая Чэнь И в 1960 году, и «умная сила» (巧实力 qiǎoshíli), введенному Джозефом Наем как комбинация жесткой и мягкой сил и подхваченному Хиллари Клинтон в своей речи 15 января 2009 г.

- 当她身穿带有民族元素的靓丽服装走出专机，当她优雅地为荷兰国花郁金香洒上香槟，她的美丽形象，她的动人仪态，她的落落大方，改变了世界对中国女性的印象。(环球时报, 05.01.2015, URL: <https://bit.ly/3zDFwmJ>)

*Когда она, одетая в очаровательный наряд с народными орнаментами, вышла из самолета, когда изящно брызнула шампанским на национальный голландский цветок тюльпана, ее красивый образ, ее благородная осанка, ее непринужденные манеры изменили представление мира о китаянках.*

В примере выше можно наблюдать актуализацию значимости Пэн Лиюань как политического деятеля, способного репрезентировать Китай в новом для мира свете, что в дальнейшем приносит выгоду для страны в виде международного признания и готовности к потенциальному сотрудничеству. Идея подчеркивается позитивно окрашенной оценочной лексикой, оказывающей эмоциональное воздействие на реципиента.

Важность образа первой леди КНР для внутренних дел государства может также устанавливаться в текстах СМИ. Так, в связи с ажиотажем по поводу нарядов Пэн Лиюань, сопровождающей супруга в международных поездках, массмедиа сообщают следующее:

**【“第一夫人”力挺国货 本土品牌迎来春天】什么最能拨动商品市场的那根弦？第一夫人效应当之无愧！中国国家主席习近平携夫人彭丽媛出访，彭丽媛首度完美亮相使她身着的服饰品牌爆红。而彭丽媛在参观坦桑尼亚“妇女与发展基金会”时，赠出的中国品牌“国礼”也在一夜间火了。(中国贸易报, 09.04.2013, URL: <https://bit.ly/3iSdePu>)**

- *[«Первая леди» поддерживает отечественные товары, местные бренды встречают весну] Что может лучше всего приводить в движение товарный рынок? Эффект первой леди заслужен! Во время зарубежного визита председателя КНР Си Цзиньпина и его жены, идеальный дебют Пэн Лиюань сделал бренд ее одежды популярным. А когда Пэн Лиюань посетила*



танзанийский «Фонд поддержки женщин и развития», китайский бренд «Guoli» в одночасье приобрел популярность.

В данном примере мы можем четко видеть интенсификацию важности первой леди как движущей силы для покупательского интереса и роста внутренней экономики. Риторический вопрос и ответ на него в виде прецедентного феномена «эффект первой леди» снижают степень статусности характера сообщения и обеспечивают позитивное восприятие реципиентом путем сближения с ним. Чэньюй со значением «быть достойным, заслуженно считаться» (当之无愧 dāngzhī wúkuì) [БКРС] подкрепляет убедительность позиции.

- 《“第一夫人 style”掀起国产服装最炫民族风》 国家主席习近平携夫人彭丽媛出访多个国家，彭丽媛的服装引起了网友极大兴趣。广州一间公司昨天承认，彭丽媛出访的服饰全是国货。详细内容，傍晚六点三，敬请收看中山电视公共频道，《城市零距离》！（Weibo, 28.03.2013, URL: <http://t.cn/zT77q5x>)

*[«Первая леди» style выделяет национальную одежду отечественного производства] Супруга председателя КНР Си Цзиньпина Пэн Лиюань побывала во многих странах, и ее наряды вызвали большой интерес среди пользователей сети. Вчера одна компания из Гуанчжоу призналась, что все наряды и украшения, в которых Пэн Лиюань показывалась на заграничных поездках, отечественного производства. Подробнее можно увидеть сегодня в 6:30 в передаче «Город лицом к лицу» на канале Чжуншань!*

В данном примере можно также наблюдать яркий заголовок, выражающий гордость за выбор первой леди в виде товаров отечественного производства. Употребление словосочетания с внедрением заимствованного из английского языка слова style в сохраненной форме отражает расширение культурных связей Китая и интеграцию образа первой леди в мировое сообщество.

Таким образом, в проанализированном эмпирическом материале нами было установлено, что в рамках модуса «Патриотизм» политический медиадискурс КНР характеризуется акцентированием на национальной идентификации Пэн Лиюань, снижением тенденции к оппозиционному характеру и повышением к солидаризированному, актуализацией государственной и мировой значимости образа и деятельности первой леди, позитивных изменений, апелляцией к прецедентным именам и явлениям для интенсификации авторитетности сообщения и усилением эффекта при помощи эмоционально окрашенной лексики.

## 2.2. Проведение эксперимента

Подробное исследование медиаобраза предполагает сочетание применений различных методик, и среди основных тенденций реконструкции медийного образа, помимо привычного анализа медиатекстов с позиции речепроизводителей, можно также встретить работу фокус-групп, контент-аналитическое исследование результатов онлайн-анкетирования аудитории-реципиентов медиатекстов, а также материалов «спонтанных речевых произведений» в виде личных блогов в социальных сетях и комментариев к новостным постам [Галинская, 2013: 93]. По этой причине становится ясным то, что для полноты анализа необходимо привлечение материалов обоих участников политического дискурса (трансляторов и реципиентов) и методик междисциплинарного характера. Именно с этой целью нами было принято решение о включении в исследовании сбора вербальной информации с целью определения эффективности медиаобраза Пэн Лиюань, то есть ненаправленного однократного опроса.

Так, например, при проведении культурологического дискурс-анализа Ши Сюй предлагаем нам опираться на главные вопросы: 1) Кто (не) говорит? 2) О чем (не) говорят? Как говорят? 3) Какие средства коммуникации использованы? 4) Для чего? Каковы результаты? 5) Какие представлены

исторические отношения? б) Какие представлены культурные отношения? Важнейшим правилом является разносторонняя выборка материала: дискурс не составляется лишь из монологов и вырванных из контекста фраз, но должен обязательно включать и реакцию аудитории, т.е. упоминаемый нами выше «дискурс реагирования» [杨娜, 2014: 82; Го, Шарафутдинов, 2019: 3].

Указанные выше требования к осуществлению анализа сформулировали перед нами задачи привлечения в него не только теоретического материала в виде отобранных вырезок новостных статей, комментариев, монологов и интервью, но и эмпирических данных, т.е. результатов проведения работы фокус-группы или опроса, адресованного представителям китайского дискурсивного пространства. Однако, учитывая специфику нашей работы на территории Российской Федерации в условиях пандемии с ограниченным количеством потенциальных участников, для наиболее полного представления о дискурсе реагирования в качестве альтернативы к работе фокус-группы с очевидно более долгим процессом работы над сбором данных нами был предложен количественное заочное анкетирование в виде онлайн-опроса, состоящего из 3 вопросов личного характера, 7 вопросов оценочного типа (семантический дифференциал), 3 альтернативных вопросов на выражение согласия/несогласия с утверждением, 1 вопроса с выборочным ответом и 4 вопросов открытого типа на подбор словесных ассоциаций (Приложение А). Выбор респондентов не ограничивался никакими признаками, кроме минимальной осведомленности о современных новостях, поскольку в фокусе исследования находится также уровень узнаваемости исследуемого нами образа политического деятеля.

Среди трудностей, возникших при составлении анкеты, наблюдается несколько особо значимых. Одна из них – строгая цензура при отборе анкет на публикацию в платформе. Наиболее популярные платформы для составления и публикации анкет проходят ручную модерацию, что исключает обход блокировки путем исключения из опроса «чувствительных слов» (敏感字词

mǐn'gǎn zìcǐ), включенных в специальный реестр проверки. Так, составленный нами опрос неоднократно не проходил модерацию на этапе пост-редактуры. Более того, на главной странице сайт сервиса представлено основное правило составления анкет: к публикации не допускаются те опросы, в которых имеется содержание политического, религиозного и сексуального характера. Очевидным представляется тот факт, что достичь публикации на популярных, а потому и вызывающих доверие пользователей, сервисах с большим охватом аудитории, невозможно. Поэтому наш выбор пал на сервис составления анкет «Анкетное исследование» (问卷调查 wènjuǎn diàochá) от приложения «Юаньсу» (元素软件 yuánsù ruǎnjiàn), поскольку модерация на нем осуществлялась автоматически, следовательно, для прохождения этапа проверки достаточно было обойти употребления «чувствительных слов», заменив их на синонимичные конструкции. На рисунке 3 можно четко видеть всплывающее уведомление о «наличии в анкете противоправного “чувствительного” содержания», которое вызывается употреблением в анкете личных имен чиновников, в особенности «Си Цзиньпин» и «Пэн Лиюань» (См. рис.3). Дальнейшая работа над опросом также показала, что ответы пользователей, содержащие в себе «чувствительные» личные имена, также не принимаются сервисом и не включаются в общее исследование.

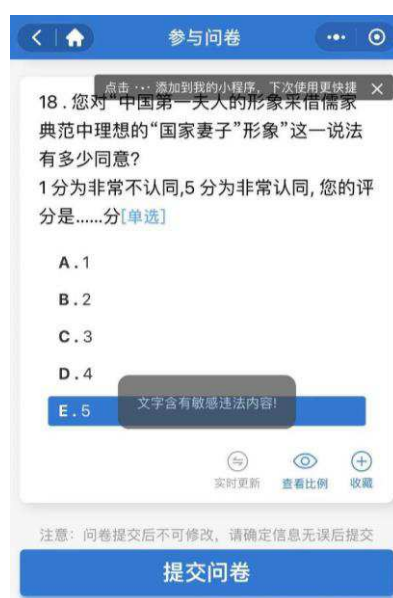


Рисунок 3. Сервис создания анкет 问卷调查

Следующей проблемой оказалась та, что является неподвластной нашему контролю – охват аудитории. Участие в опросе является добровольным, поэтому большая часть потенциальных участников анкетирования «отсеивалась» на этапе приглашения к участию по личным причинам, затем отказывалась от «участия в политических мероприятиях» – именно так большинство потенциальных респондентов отозвалось о нашем опросе. Действительно, «участие в политических движениях, не имеющих ничего общего с правящей партией», может быть поводом для привлечения к разъяснительным беседам. По этой причине из порядка 1000 человек, приглашенных к участию в опросе путем рассылки анкет, лишь крайне малый процент смог поспособствовать проведению исследования.

На момент написания данного параграфа в опросе, открытом для участия в течение 2 месяцев, приняло участие 40 человек, и в **вопросах № 1, 2, 3**, которые были направлены на сбор сведений о респондентах, было выяснено, среди респондентов основную часть составляли студенты со средним возрастом 24,2 года, из чего можно сделать предположение, что при отсутствии личной заинтересованности деятельность и образ Пэн Лиюань известны им ровно в той мере, насколько позволяет это широкая огласка в СМИ.

В **вопросе № 4** на подбор словесных ассоциаций респондентам предлагалось ответить, что в их понимании представляет из себя образ политического деятеля. Среди языковых единиц, пришедших на ум первыми, наиболее популярными являются: 严谨 yánjǐn со значением «осмотрительный, осторожный» (3 человека); 有亲和力 yǒu qīn hé lì «обаятельный» и 亲和 qīnhé «обаяние» (2 человека); 八面玲珑 bā miàn líng lóng «ловкий, изворотливый» (1 человек) и схожие по значению с ним слова 精明 jīngmíng «хитроумный» и 狡诈 jiǎozhà «хитрый, коварный»; 利益 lìyì «благодеяние» (буд.) и содержащая данную морфему фраза 为人民利益着想 wèi rénmín lìyì zhe xiǎng «думать о благе народа»; 权力 quánlì «власть» и его синоним 权威 quánwēi «авторитет,

влияние»; 儒雅 rúyǎ «образованный, изысканный», 睿智 ruìzhì «дальновидный, благоразумный», 缜密 zhěnmì «искусный, остроумный». Говоря о популярности ключевых тематических групп, можно выделить преобладание следующих: «искусство ведения политической игры» (13 единиц), «внешние атрибуты политика» (6 единиц), «ценностные ориентиры» (8 единиц), «личностные качества» (11 единиц). На схеме ниже можно видеть соотношение языковых единиц по коннотациям (См. схема 1), из чего можно сделать вывод, что к образу политического лидера респонденты относятся в основном положительно, в своих ассоциациях возлагая надежды на определенные идеалы политика, однако также прослеживаются негативные стереотипы о нечестном ведении «политической игры», манипуляциях и уловках политиков.



Схема 1. Соотношение окраски реакций на стимул «образ политика»

В вопросе № 5 на выделение семантического дифференциала предлагалось оценить степень согласия с утверждением «Первая леди Китая имеет особенный/неповторимый образ». Большая часть опрошенных (65%) оценила особенность образа Пэн Лиюань на 5 баллов из 5 возможных, 17.4% респондентов дали 4 балла, 13% – 3 балла, всего один человек выбрал 2 балла в качестве ответа, вариант «1 балл» остался не выбран никем. Из данного вопроса можно сделать вывод, что образ первой леди остается известным

лишь в такой степени, насколько позволительно для граждан, поэтому судить о его особенности достаточно трудно, однако исходя из особенностей менталитета китайцев, коллективизм не позволяет китайцам выразить полное несогласие с утверждением, вероятно предполагающим «патриотический» ответ.

В **вопросе № 6** на схожую тематику «Нужно ли первой леди Китая как-либо менять свой образ?» абсолютное большинство (100%) выбрало вариант «Нет» в качестве ответа, что говорит о том, что по мнению населения, образ Пэн Лиюань имеет однозначную положительную окраску, и нет необходимости совершать над ним дополнительную работу. В **вопросе № 7**, звучащем как «Как Вы считаете, образ первой леди известен за пределами Китая?», мнения все же разделились: 71,8% опрошенных полагают, что известен, в то время как 28,2% респондентов выразили несогласие.

Следующие вопросы относились к узнаваемости образа Пэн Лиюань при помощи трансляции в различных средствах массовой информации, а также алгоритмов рекомендаций к прочтению в электронных изданиях. **Вопрос № 8** направлен на выявление частотности публикаций новостных статей о Пэн Лиюань и звучит следующим образом: «Согласно шкале от 1 (крайне редко) до 5 (очень часто) оцените частоту встречаемых публикаций о первой леди КНР». Более половины опрошенных (52,2%) указало «3» в качестве наиболее оптимального варианта, 17,4% респондентов – «2», 13% – «4», и по 8,7% из общего количества выбрали в качестве ответа варианты «1» и «5».

В **вопросе № 9** респондентам предлагалось указать источники информации, откуда наиболее часто пользователь узнает новости, связанные с первой леди»: рекомендации знакомых, статьи по теме, собственноручный поиск новостей, социальные сети и различные платформы коммуникации и прочие источники (предлагалось указать, какие именно). 87% опрошенных выделило социальные сети, статьи по теме и новости как наиболее эффективные инструменты повышения узнаваемости образа Пэн Лиюань, Несколько человек также отметило ежедневную новостную программу

Центрального телевидения Китая 新闻联播 («Xinwen Lianbo») как одно из средств трансляции образа первой леди.

**Вопросы № 10, 11, 12** были направлены на выявление степени важности роли правительства, государственных (проправительственных) СМИ, а также независимых блогов в социальных сетях в формировании образа Пэн Лиюань. Роль государства и правительства респондентами была оценена как «относительно высокая»: 48,7% опрошенных оценили их вклад на пять баллов из пяти возможных, 17,9% – на три балла, 23,1% – на четыре балла и 7,7% – на два. Более высокую степень важности вклада в формирование образа первой леди заслужили государственные массмедиа: 56,4% респондентов оценили вклад на пять баллов, 23,1% – на четыре, 15,4% – на три, и всего один человек выбрал два балла в качестве оценки. Вклад блогов в социальных сетях был оценен респондентами неоднозначно: 41,0% поставило пять баллов, 30,8% – четыре, 17,9% – три, 5,1% – два и 5,1% – один балл. На **вопрос № 13** открытого типа о том, какими средствами образ Пэн Лиюань может быть усовершенствован и повышен в узнаваемости, 37,5% (9 человек) опрошенных высказало мнение, что в целенаправленном повышении узнаваемости нет необходимости, 20,8% (5 человек) предложило положительное упоминание о первой леди в массмедиа, 25% (6 человек) предложило более активное участие в работе международных организаций и дипломатических визитах.

Эффективность сформированного в средствах массовой информации образа первой леди была оценена в **вопросе № 14** респондентами весьма положительно: 64,1 % опрошенных отметило крайне высокий уровень доверия (5 баллов) к Пэн Лиюань, исходя из публикаций о ней. Среди словесных ассоциаций, вызванных образом первой леди, в **вопросе № 15** можно увидеть те, что наиболее часто встречаются также в СМИ: из представленных респондентами 67 единиц семь (10,4%) указывали на одно слово 优雅 yōuyǎ «грациозная, изящная», в шести случаях (8,9%) употреблялись слова 大方 dàfāng «щедрый, великодушный, непринужденный, изысканный» и 端庄



duānzhuāng «солидный, достойный, сдержанный», в пяти (7,5%) – 美丽 měilì «красивая» и 气质 qìzhì «характер, темперамент», в четырех – 大气 dàqì «великодушие, хороший вкус».

Исходя из результатов, можно составить примерную схему процентного соотношения упоминаемых тематических групп в ассоциативном эксперименте (См. схема 2). Здесь мы видим преобладание тематических групп «Внешние атрибуты», «Поведение» и «Личностные качества» как самые часто приводимые в ассоциативных связях с Пэн Лиюань, из чего можно сделать вывод, что данные ипостаси репрезентации образа первой леди КНР соответствуют каналу «Образ» и отражают ограниченный контекст восприятия имиджа реципиентами.

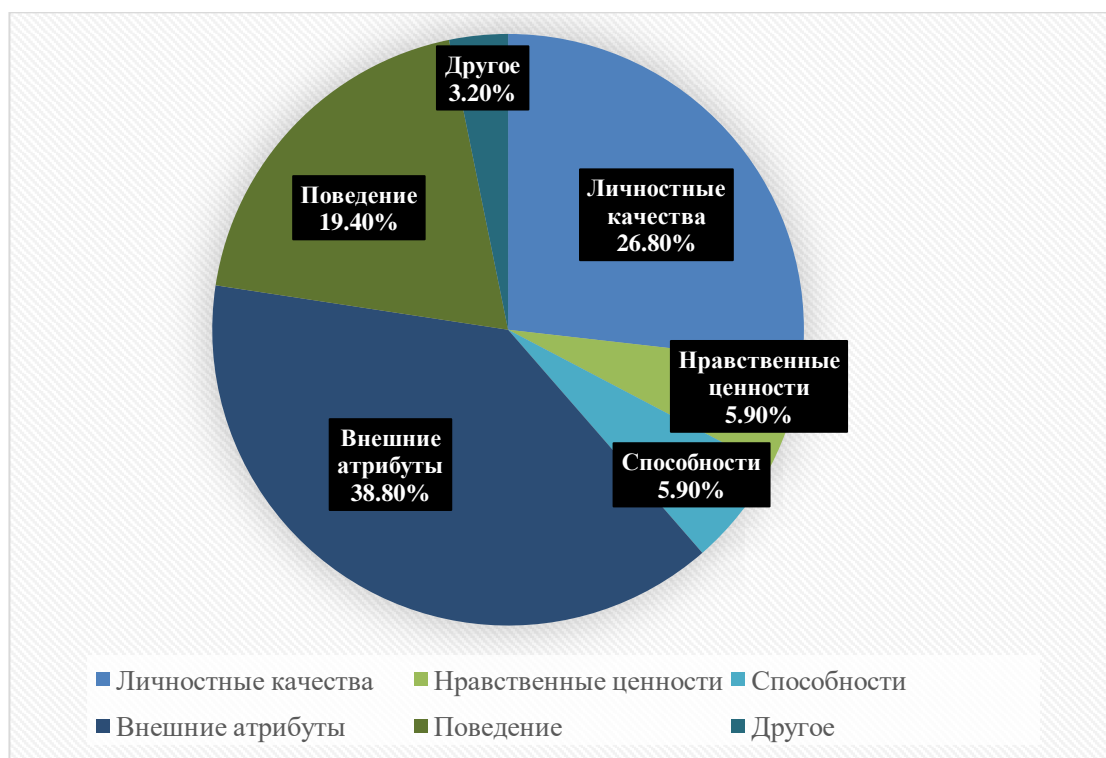


Схема 2. Соотношение тематических групп реакций на стимул «первая леди КНР Пэн Лиюань»

Таким образом, проведенный эксперимент подтверждает наше предположение о позитивном восприятии образа Пэн Лиюань, транслируемого в официальных и неофициальных СМИ КНР, растущем уровне доверия, официальных новостных ресурсах как основных источниках

информации о первой леди Китая, выделены основные ключевые слова, совпадающие с наиболее частыми упоминаниями Пэн Лиюань в СМИ, а также упорядочены основные тематические группы, в контексте которых образ Пэн Лиюань прочно закрепляется в сознании реципиентов: внешние атрибуты, личностные качества и поведение, которые мы, исходя из метода интерпретации суждений о языке с позиции китайской философской мысли, определили к каналу «Образ». Из этого можно сделать вывод, что, являясь в первую очередь артистом, а не политиком, Пэн Лиюань ведет себя соответствующе, не участвуя в политических процессах, и создает впечатление «визитной карточки» своим появлением во внешнеполитических мероприятиях. Данный подход получает в результате довольно высокую оценку образа первой леди среди населения, из чего можно также сделать вывод об успешности данного вектора формирования имиджа.

### 2.3. Невербальные средства формирования медийного образа Пэн Лиюань

В данном параграфе будут освещены экстралингвистические средства трансляции медийного образа Пэн Лиюань в нескольких контекстах: в визуальном аспекте невербальной коммуникации, т.е. при помощи жестов, мимики, соблюдения пространства и т.д., в контекстном (культурные и исторические предпосылки) и событийном (участие в значимых событиях, трансляция ценностей и реакция общественности на них).

Невербальная речь, безусловно, является одним из средств коммуникации, без учета которого нельзя обойтись при изучении языка и культуры другой цивилизации [Спешнев, 2011: 277]. Именно поэтому рассмотрение лишь вербального компонента в исследовании коммуникации можно сравнить с переводом фразы с одного языка на другой «без контекста», поскольку речь в процессе живого общения зачастую сопровождается различными жестами, подкрепляющими позицию говорящего,

демонстрирующее его уверенность в своих словах, намерения и т.д., то есть имеется в виду конгруэнтность вербальной и невербальной информации.

Нет сомнения в том, что невербальный язык одной культуры может отличаться от невербального языка другой. Хотя популярность набирает тенденция заимствования жестов разных культур, как, например, жест, обозначающий одобрение в большинстве стран (кулак с вытянутым большим пальцем вверх), в арабской культуре может восприниматься как оскорбление. Поскольку китайский менталитет характерен «коллективным мышлением», отдельная личность может иметь склонность к «закрытости» в аспекте психологического склада, слабому проявлению индивидуальных черт личности [Спешнев, 2011: 279]. Данное явление можно связать с стремлением к сохранению «гармонии», следованию принципа «золотой середины». Так, в китайском языке можно встретить следующие упоминания: 木秀于林，风必摧之 (mù xiù yú lín, fēng bì cuī zhī) – «самое высокое дерево в лесу ломается ветром»; 出头的椽子先烂 (chūtóude chuánzi xiān làn) – «выступающее стропило загнивает первым»; 枪打出头鸟 (qiāng dǎ chūtóu niǎo) – «стреляют по той птице, что выставляет голову»; 出头的船先漏水 (chūtóude chuán xiān lòushuǐ) – «выступающая лодка потопает первой» и т.д. [百度知道].

Исходя из вышесказанного, невербальная коммуникация в Китае представляется следующим образом: в виде соблюдения дистанции, жестов, мимики, внеречевого поведения и паралингвистических средств [Спешнев, 2011: 281–287].

В рамках настоящей работы мы представляем классификацию контекстов формирования характеристик имиджа, состоящего из невербальных средств, на основе работ исследователя Г.Г. Почепцова, среди которых обычно принято выделять визуальный контекст, событийный и контекстный [Почепцов, 2004: 505].

### 2.3.1. Визуальное измерение имиджа

Целенаправленное конструирование образа, то есть имидж, предполагает несколько каналов восприятия, по каждому из которых отдельно ведется работа по созданию и изменению. Помимо вербального компонента имиджа, то есть умения следовать культурным нормам общения и деловому этикету, выделяют визуальный, контекстный и событийный каналы восприятия имиджа.

Под визуальным контекстом характеристик, участвующих в формировании имиджа определенного субъекта, понимается канал восприятия, по которому ведется работа над созданием целенаправленного образа – имиджа. Так, в данном канале выделяются следующие компоненты: мимика, жесты, прическа, аксессуары, манеры поведения и соответствие нормам деловой и официальной одежды [Маркетинговый словарь].

Говоря о мимике представителей китайской культуры, стоит отметить, что зачастую китайцам, в особенности лицам, занимающим видные позиции в обществе, не свойственно активное пользование мимикой и средствами невербальной коммуникации. Н.А. Спешневым отмечается: «Более образованный человек будет использовать слова, менее образованный – жесты» [Спешнев, 2011: 281]. Поэтому во избежание «потери лица» зачастую китайцы избегают прямого и продолжительного зрительного контакта, потери самообладания в стрессовых ситуациях, выпуска гнева, стараются сгладить неловкие ситуации улыбкой.

Анализируя внешне проявляемые характеристики первой леди КНР, нельзя не заметить то, насколько Пэн Лиюань осторожна и действительно «изящна» в своих манерах, соблюдая официальный протокол официальных мероприятий и при этом выделяясь своей харизмой. Так, сопровождая главу государства во время официальных визитов в другие государства, первая леди должна находиться немного позади своего мужа, между супругами допустима довольно близкая дистанция, однако запрет на поцелуи и прочие публичные

проявления интимных подробностей все еще имеет место. На рисунке 4 мы можем четко наблюдать, что Пэн Лиюань, находясь немного позади своего супруга на тесном расстоянии, позирует перед объективами вместе с председателем в приветственном жесте – с рукой, поднятой ладонью к смотрящему. В данном случае улыбка играет роль инструмента выражения открытости, готовности к установлению контакта. На данном снимке можно также заметить наряд «любимого цвета» первой леди, который она часто (на 13 фотографиях из 30 отобранных) выбирает для зарубежных визитов – синий и его оттенки (См. рис. 4). Он считается относительно нейтральным цветом, «демонстрирующим» серьезное отношение носящего к своему делу, спокойный характер и сдержанность, соблюдение нейтралитета [Петрова, Коробцева, 1999].



Рисунок 4. Расположение супружеской четы перед объективами

Стоит также отметить частотность встречающихся фото с расположением Пэн Лиюань немного позади своего супруга: из 30 отобранных вручную фото супружеской четы с различных событий на 24 из них Пэн Лиюань запечатлена на достаточно близкой дистанции от супруга, но немного «отстоя» от него. Из этого можно сделать вывод о признании первой леди авторитета супруга.



Рисунок 5. Позы и наряды первых леди КНР и США

Расположенный выше рисунок 5 также демонстрирует нам выбор первой леди в виде сине-зеленого цвета, характерного для восточной культуры (См. рис. 5): ранее иероглифом 青 qīng обозначался широкий спектр оттенков синего и зеленого, ассоциируемый с весной, молодостью, зеленью [Полякова, 2015: 90]. Помимо цвета, внимание привлекает длина наряда до пола, соответствующая торжественной обстановке, а также закрытое декольте и рукава ниже линии плеча, отвечающие негласным стандартам дипломатии. Стоит сравнить платье Пэн Лиюань с открытым нарядом первой леди США Мишель Обама, неоднократно отличавшейся «вызывающими» манерами и неоднократными нарушениями правил дипломатического этикета. Так, мы видим черное платье в пол с открытыми плечами и глубоким декольте, демонстрирующим «открытый» характер первой леди США и стремление к сохранению «индивидуальности», в то время как наряд Пэн Лиюань, в совокупности с всегда характерной для нее прической в виде убранных вверх волос, выражает ее тенденцию к скрытию индивидуальных предпочтений и фокусу на национально-культурную принадлежность. Среди прочих невербальных средств коммуникации можно выделить улыбку с

контактоустанавливающей функцией, а также нижнее положение сцепленных рук, которое можно неоднозначно трактовать: согласно А. Пизу, несмотря на выражение доверия, данный жест может пониматься как «разочарование и желание человека скрыть свое отрицательное отношение» [Пиз, 1995: 34].

Таким образом, визуальное измерение имиджа первой леди позиционирует себя следующими наиболее часто встречающимися компонентами: выбор исключительно нейтральных цветов и форм для одежды, аккуратные прическа и макияж, сочетание азиатского традиционного стиля и западного кроя в нарядах, расположение на объективах чуть позади своего супруга, открытые позы, улыбка.

### 2.3.2. Контекстное измерение

Контекстное измерение представляет из себя некую историческую обстановку, культурные предпосылки для формирования того или иного имиджа политического лидера. Так, особенно четко наблюдать данный феномен можно в случае с королевой Великобритании Елизаветы II: глава государства занимается традиционной верховой ездой, увлекается скачками, т.е. видами спорта, характерными для королевских особ [Чикилева, 2016: 225].

Семейная обстановка нередко становится основополагающим фактором при формировании жизненных ориентиров, характера и склада ума. В статьях нередко упоминалось, что именно семья определила будущее Пэн Лиюань. Отец будущей первой леди Китая хорошо учился в школе и мечтал о поступлении в университет, однако не смог поступить и по окончании школы работал директором вечерней школы и писал сценарии для уездной труппы, где исполняла традиционную китайскую оперу мать Пэн Лиюань. Именно отец, как сообщила Пэн во время интервью в 1996 году, сыграл очень важную роль в карьерном пути. Он с самого начала проявил понимание и поддержку в ее начинаниях, именно он уговорил единственного в школе учителя музыки заниматься с дочерью и отправил дочь на первый экзамен. «Для вокального

исполнителя важны голос, музыкальность, интеллект, имидж и фигура очень важны, и все эти врожденные условия были мне даны родителями, а вместе с приобретенными стараниями и счастливыми возможностями я, без сомнения, смогла выбраться» – сообщила Пэн Лиюань в своем интервью (人民画报, 08.08.2013).

Культурно-исторические ценности также сыграли роль в мировоззрении будущей первой леди. Пэн, будучи современной китайской женщиной, сочетает в себе традиционные ценности, граничащие с новыми концепциями месте женщины в обществе, прошедшем переход к постиндустриальному. Несмотря на успешную карьеру, в качестве главной из ценностей для себя Пэн Лиюань ставит семью, согласно ее словам, успешность первой леди имеет прямую связь с ее успешностью и состоятельностью как матери и жены:

“这跟我的家庭有关，如果我的婚姻不幸福，心有磨难的话，我能有这个光彩留给大家吗？” (都市女报, 18.07.2008).

*Это связано с моей семьей; если я не счастлива в браке, разве я могу иметь ту самую «искру», которой я буду делиться со всеми?*

Действительно, люди ценят в первой леди ее богатый духовный мир, праведные ценностные установки, патриотизм, уважение и любовь к китайской культуре, сохранение традиционных взглядов на жизненные ценности и при этом осознание необходимости отхождения от традиционного понимания гендерных ролей и создания социального равенства для гармоничного построения современного общества.

Выросшая в обычной семье и служившая в вооруженных силах, Пэн Лиюань заявляет, что за 33 года военной службы она множество раз выступала в различных местах, включая места спасения и оказания помощи, заводы, железные дороги и т.д. Согласно статье, ее первое выступление состоялось в Лаошане в 1985 году, в разгар китайско-вьетнамского конфликта, и в месте, где «даже упавший окурок мог спровоцировать взрыв мины», под рев снарядов ей необходимо было петь (人民画报, 08.08.2013). Пережитый опыт



закалил Пэн Лиюань, сделав ее настоящим бойцом, вызывающим доверие у граждан.

Пэн Лиюань стала воплощением «идеальной современной женщины Китая», и это помогло ей вести успешную политическую деятельность, вдохновляя девочек и женщин на занятие наукой, принятие участия в ликвидации безграмотности и совместное изменение пережитков прошлого. В последнее время тенденцию к нарастанию в популярности приобрело именно «женское дело», которое нередко связывают с непосредственным участием в его реализации первой леди Китая. К таким относят работу над планированием семьи в отношении женского населения, политику, направленную на повышение уровня образования женской части населения, гендерное равенство, искоренение женской безработицы, обеспечение законных прав и интересов женщин и т.д.

彭丽媛表示，全球减贫事业取得重大成就，凝结着广大妇女的辛劳汗水和奋斗。同时也要看到，男女在权利、机会、资源分配等方面依然不平等，全球贫困人口中女性数量远远多于男性。新冠肺炎疫情给妇女脱贫、教育、健康、就业、权益保护带来新的挑战。妇女不脱贫，人类就不可能消除贫困。实现性别平等、消除贫困任重道远。（中国新闻网，16.09.2020，URL: <https://bit.ly/3gKqbpw>）

*Пэн Лиюань заявила, что основные достижения в сокращении глобальной бедности являются результатом тяжелой работы и борьбы женской части населения. В то же время необходимо также отметить, что мужчины и женщины по-прежнему неравны в правах, возможностях и распределении ресурсов. Среди бедного населения всего мира, женщин все еще гораздо больше, чем мужчин. Новая эпидемия пневмонии поставила новые задачи в области борьбы с нищетой, а также содействия образованию, здравоохранению, занятости и защиты прав женщин. Если женская часть населения не избавятся от бедности, никто ее преодолеть не сможет.*

*Предстоит пройти долгий путь для достижения гендерного равенства и искоренения бедности.*

Одним из ярких примеров вдохновения на любовь к культуре Китая от первой леди, несомненно, является «стиль Лиюань», представляющий из себя сочетание восточного традиционного наряда с классическим «западным» кроем: в статье издания Global Times от 27.03.2013 с громким заголовком «Пэн Лиюань “прорубает окно в уверенную китайскую моду”» сообщается, что бренд одежды 《例外》 lìwài («EXCEPTION»), изготавливающий наряды специально для первой леди, мгновенно стал одним из самых популярных среди поисковых запросов пользователей Интернета, а индустрия производства одежды прочно закрепилась с ростом более 50% всех акций швейных компаний (环球时报, 27.03.2013). Таким образом, приверженность к традиционным ценностям и уважение к культурным особенностям Китая в сочетании с умением преподнести их «во всей красе» привели к поддержке «патриотической моды» всем модным сообществом и значительному развитию модной индустрии.

Особенность нарядов первой леди обусловлена не только патриотическим складом мышления при их выборе, но и культурным контекстом. Нередко Пэн Лиюань становится объектом сравнения с другими выдающимися личностями. Одной из таких по праву является Ван Гуанмэй, жена президента КНР с 1959 по 1968 Лю Цаоши. Как и Пэн Лиюань, бывшая первая леди Китая производила незабываемое положительное впечатление своей красотой и грацией, однако с ее именем связана одна из самых печальных историй:

“民众喜闻乐见第一夫人的穿着仪态，不是无聊，倒是国家走向正常的标志。其实我们也有过另一位漂亮的第一夫人，举止得体，仪态万方，轰动外邦。但几年后，她出国时穿旗袍戴项链却成为她‘追求资产阶级生活方式’的罪状，被强迫穿上撕破的旗袍，戴上乒乓球，进行羞辱。她就是王光美。这一幕永远不要出现了。”

*«Людам нравится видеть манеры в одежде первой леди. Это не скучно, а признак того, что страна движется в сторону нормальной жизни. На самом деле у нас также была еще одна красивая первая леди, которая была хорошо воспитана, с хорошими манерами, и которая произвела фурор среди других стран. Спустя годы, во время выезда за границу она надела ципао и ожерелье, но была обвинена в «ведении буржуазного образа жизни». Ее заставили надеть порванное платье и ожерелье из шариков для пинг-понга и прочувствовать настоящее унижение. Это была Ван Гуанмэй. И эта сцена больше никогда не повторится».*

Нет сомнения в том, что культурный и исторический контексты имеют огромное влияние на внешность, манеры и деятельность первой леди Китая, и будучи такой, Пэн Лиюань необходимо подстраиваться под необходимые стандарты. Тем не менее, в некоторых аспектах ей удалось отойти от традиционного восприятия себя как «безликой» жены главы государства, приняться за работу над образом женщины современного Китая, а также транслировать ценности, актуальные как для культурной основы общества, так и для современного этапа его развития.

### 2.3.3. Событийное измерение

Событийное измерение подразумевает нормативно-этическую оценку поведения и деятельности субъекта, где динамика формирования имиджа определяется его репутацией. К подобным проявлениям можно отнести реакцию общественности на различного рода деятельность первой леди, среди некоторых видов которой особое внимание мы уделим процессу становления первой леди КНР, роста внимания к медийной фигуре, а также формирования новых ценностей и векторов развития общества.

С Пэн Лиюань китайский народ был знаком еще задолго до ее становления первой леди: вступив в ряды армии Китая, она начала свою певческую карьеру именно с нее. На момент ее отношений с будущим

председателем КНР, а тогда еще мелким чиновником Си Цзиньпином, Пэн Лиюань была уже состоявшейся артисткой, по популярности значительно превосходившей своего супруга.

Новость о становлении Пэн Лиюань первой леди КНР не принесла народным массам особого ажиотажа, но добавила «чувства близости»: до этого момента ни одна из супружеских пар в Китае не носила «звездный характер», потому обычно была закрытой и отдаленной для масс.

“在这些追忆和关注中，中国老百姓分享了她的每一步变化，并为她作为第一夫人代表这个国家感到骄傲。”（环球时报，26.03.2013）

*«Через свои воспоминания и повышенное внимание [к Пэн Лиюань] простой народ Китая гордился новой первой леди, представляющей свою страну, делил вместе с ней каждый шаг ее изменений», – сообщает издание Global Times.*

Вместе с этим необходимо также отметить, что с новым статусом Пэн Лиюань изменения приобрела и ее медийность: первая леди КНР не участвует в ток-шоу, редко дает интервью, деятельность сменила характер на политический.

Наблюдая за тенденцией изменения уровня популярности Пэн Лиюань согласно огласке ее деятельности в средствах массовой информации в сервисе «360 Trends» (360 趋势 sān liù líng qūshì) от компании «Qihoo 360 Technology Co. Ltd» (奇虎 360 qí hǔ sān liù líng) по обеспечению безопасности в Интернете, на схеме 3 мы можем четко видеть несколько пиков растущих рейтингов: цифрами отмечены пик упоминания первой леди в связи с ее взаимодействием с Гонконгом (1), Америкой (2), Африкой (3), участием во встрече супруг глав государств на базе саммита «Большой Двадцатки» (4), визитом во Францию и участием в мероприятии по профилактике туберкулеза (5), участием в банкете в честь гостей 2-го Китайского международного импортного ЭКСПО (6).

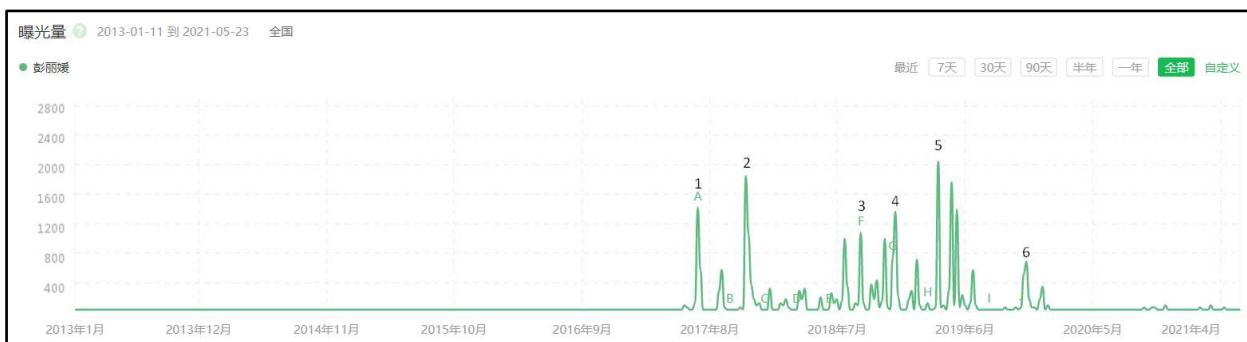


Схема 3. Кривая популярности фигуры согласно упоминаниям в СМИ

Пэн Лиюань смогла оправдать все ожидания, связанные с первой леди и ее публичностью, а также ожидания КНР собственного положения на международной арене, и стать настоящим символом Китая, «очарованием Востока». Но на этом не закончилась ее «миссия» в массы: помимо участия в деятельности таких международных организаций (См. рис. б), как программа Всемирной организации здравоохранения по борьбе со ВИЧ и туберкулезом, антитабачная кампания, за последние несколько лет Пэн Лиюань заявила о готовности заняться проектами по созданию гендерного равенства в вопросах получения образования:

本报北京4月26日电 近日，彭丽媛接受联合国教科文组织《信使》杂志专访时表示，女童和妇女教育是一项很崇高也很重要的事业。促进女性享有和男性同等的实现自身发展潜力的机会，是促进社会发展、推动性别平等、实现人类可持续发展的重要条件。在这个过程中，教育的作用十分重要。

(人民日报海外版, 27.04.2017, URL: <https://clck.ru/Upj4X>)

*26 апреля в своем эксклюзивном интервью журналу «Вестник ЮНЕСКО» первая леди заявила о том, что «образование для девочек и женщин является крайне благородным и важным делом. Важным условием для содействия социальному развитию, поощрения гендерного равенства и достижения устойчивого развития общества является поощрение женской части населения к пользованию теми же возможностями, что и мужчины, для реализации собственного потенциала. В таком процессе роль образования крайне важна».*



Рисунок 6. Участие Пэн Лиюань в Совместной программе тематического заседания представителей Китая и Африки по вопросам профилактики и контроля над ВИЧ и СПИДом

В новостной статье от 23 июля 2018 года информационным агентством Китая (ChinaNews) сообщается о случае с прибывшим ответным письмом от Пэн Лиюань девочкам-ученицам школы деревни Юи, в котором первая леди поблагодарила их за красивую открытку, пригласила на личную встречу и выразила надежду на хорошее будущее учеников административного района Гонконг (См. рис. 7):

彭丽媛表示，听说你们很喜欢我送的水彩笔，我很开心。你们就要上小学了，希望大家努力学习、健康成长，长大后用自己的智慧和双手，描绘人生最美的画卷，书写香港更加美好的明天。(中国新闻网, 23.07.2018)

*Пэн Лиюань сообщила: «Очень рада услышать, что вам понравились акварельные маркеры, что я вам прислала. Скоро вам предстоит пойти в начальную школу, и я надеюсь, что каждый из вас будет усердно учиться и расти здоровым, а когда вырастет, при помощи своей мудрости и умений «написать самую красивую картину жизни и лучшего завтра для Гонконга».*



Рисунок 7. Рисунок Пэн Лиюань и письмо, адресованное ей ученицами сельской школы

Таким образом, благодаря невербальным средствам коммуникации мы можем наблюдать несколько каналов формирования медийного образа первой леди КНР: контекстный компонент проявляется главным образом в манерах, сдержанной подаче и дипломатических навыках Пэн Лиюань, визуальное измерение демонстрирует активное участие средств невербальной коммуникации в трансляции через медийный образ ценностей «конфуцианских идеалов» и патриотизма, а событийное измерение задает ключевые ориентиры трансляции имиджа первой леди через призму ее деятельности и оценочной реакции на нее.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Во второй главе настоящей выпускной квалификационной работы было проведено исследование вербального и невербального компонента медийного образа первой леди КНР, а также путем проведения эксперимента подтверждена гипотеза восприятия образа реципиента в определенных контекстах.

В качестве основного подхода выбран мультимодальный, обусловленный необходимостью учитывать вербальный и невербальный компоненты речевого воздействия в едином своем проявлении. Для последующего анализа путем сплошной и специальной выборки отобраны мультимодальные комплексы новостных публикаций наиболее популярных изданий КНР, а также независимых блогов социальной сети «Вэйбо» в количестве 130 наименований.

Проведенный культурологический дискурс-анализ позволил выявить основные модусы трансляции образа Пэн Лиюань: «Образ», «Включение в отношения» и «Патриотизм». В качестве наиболее частотного проявил себя канал «Образ»: по этому каналу были распределены 70 единиц новостных публикаций за период 2013–2021 гг. В рамках данного модуса медиаобраз первой леди в обоих уровнях репрезентируется актуализацией позитивного влияния Пэн Лиюань путем использования оценочной лексики, прецедентных имен и феноменов, а также снижением статусности характера сообщения путем усиления степени интимизации. Канал «Включения в отношения» характеризуется через два уровня (международные отношения и личные отношения) актуализацией социально значимых ценностей через сближение с реципиентом, а модус «Патриотизм» проявляет себя в виде акцентирования на национальной идентификации Пэн Лиюань, повышения тенденции к солидаризированному характеру сравнения, апелляции к прецедентным



именам и явлениям для интенсификации авторитетности сообщения и усиления эффекта при помощи эмоционально окрашенной лексики.

Анализ невербального компонента имиджа первой леди в трех измерениях (визуальном, контекстном и событийном) позволил выявить закономерность: а) между культурной основой китайского общества и транслируемыми ценностями и интересами Пэн Лиюань; б) между статусом Пэн Лиюань до становления первой леди и ее нынешней благотворительной деятельностью; в) между событиями, в которых Пэн Лиюань приняла участие, и ее растущей популярностью на их фоне.

Ассоциативный эксперимент, несмотря на определенные трудности в его проведении, поспособствовал утверждению выводов в нескольких аспектах: 1) позитивная оценочная реакция респондентов была запечатлена в одном из вопросов опросника как крайне высокая; 2) основным каналом репрезентации имиджа первой леди стал «Образ», позиционирующий себя в нескольких тематических группах реакций (внешние атрибуты, личностные качества, поведение); 3) выделенные ключевые слова-реакции на стимул «образ первой леди» совпали с наиболее частотными характеристиками Пэн Лиюань в СМИ; 4) уровень доверия к Пэн Лиюань растет прямо пропорционально частоте ее упоминаниям в средствах массовой информации.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей выпускной квалификационной работе представлены результаты выявления, анализа и описания средств формирования медийного образа первой леди КНР Пэн Лиюань в китайском политическом дискурсе дискурсе на материале новостных публикаций популярных изданий Китая, а также независимых новостных блогов социальной сети «Вэйбо».

В качестве теоретической основы было принято определение медийного образа как результата воздействия различных участников политического медиадискурса дискурсами-стимулами на общественные массы в виде дискурса реагирования, то есть преобразованного осмысления субъекта объектами воздействия. Принцип функционирования медийного образа оказался схожим с принципом «мягкой силы» ведения внешней политики, направленной на достижение целей силой привлекательности и убеждения, а не насильственными методами, что в последующем проявило себя в выявлении в ходе анализа актуализации позитивного влияния имиджа Пэн Лиюань на политику через употребление прецедентного феномена «мягкая сила». В ходе работы над теоретическими основаниями исследования было также выяснено, что особенности функционирования китайского политического дискурса доказывают существование феномена «мягкой силы» задолго до становления медиасферы.

Особенности функционирования и наполнения китайского политического дискурса влекут за собой и особенности проявления медийного образа первой леди КНР. Как результат, в поле нашего исследования оказался однородный материал, на вербальном уровне представляющий собой художественное произведение средств массовой информации осмысления реалий политики Китая с внедрением ряда средств речевого воздействия.

На основании 130 новостных публикаций новостных изданий и независимых блогов был проведен анализ, в ходе которого были выявлена реализация медийного образа Пэн Лиюань в китайском политическом

медиадискурсе в виде модусов на базе коммуникативных векторов китайского культурно-дискурсивного пространства, выделенных И.Г. Нагибиной, среди которых наиболее частотными оказались «Образ» (70 единиц), «Включения в отношения» (50 единиц), «Патриотизм» (30 единиц).

В рамках модуса «Образ» политический медиадискурс КНР реализуется на двух уровнях (абстрактный и конкретный) снижением уровня статусности характера сообщения при помощи использования позитивной оценочной лексики, прецедентных феноменов и имен, а также апелляцией к социально и культурно значимым ключевым словам «мягкая сила» и «визитная карточка» как стереотипному проявлению концепта «Лицо» национальной психологии и др. Данные средства формируют позитивное отношение реципиента к образу политического деятеля с позиции включения в него характеристик, свойственных не только официальному лицу, а значит, сближения с массами.

В рамках модуса «Включение в отношения» политический медиадискурс КНР находит свою реализацию по двум уровням: международные отношения и личные отношения. В его пределах актуализируется социальная значимость ценностей первой леди в виде хороших отношений на разных уровнях, позитивное влияние Пэн Лиюань на ход внешней политики, реализуется сближение с реципиентом, посвящая его в историю и процесс личных взаимоотношений первой леди и делая его наблюдателем и соучастником исторического процесса построения международных отношений.

В рамках модуса «Патриотизм» политический медиадискурс КНР характеризуется акцентированием на национальной идентификации Пэн Лиюань, снижением тенденции к оппозиционному характеру сравнения и повешением к солидаризированному, апелляцией к прецедентным именам и явлениям для интенсификации авторитетности сообщения и усилением эффекта при помощи эмоционально окрашенной лексики.

Анализ невербального компонента имиджа первой леди в трех измерениях (визуальном, контекстном и событийном) позволил выявить

закономерность: а) между культурной основой китайского общества и транслируемыми ценностями и интересами Пэн Лиюань; б) между статусом Пэн Лиюань до становления первой леди и ее нынешней благотворительной деятельностью; в) между событиями, в которых Пэн Лиюань приняла участие, и ее растущей популярностью на их фоне.

Ассоциативный эксперимент, несмотря на определенные трудности в его проведении, подтвердил гипотезы и поспособствовал утверждению выводов касательно: а) высокой позитивной оценочной реакции реципиентов на образ Пэн Лиюань; б) основного канала-модуса трансляции имиджа, которым стал «Образ», репрезентирующий себя в нескольких тематических группах (поведение, личностные качества, внешние атрибуты); в) совпадения ключевых слов-реакций на стимул «образ первой леди» с наиболее часто упоминаемыми в СМИ характеристиками Пэн Лиюань; г) роста уровня доверия к первой леди прямо пропорционально ее упоминаниям в СМИ, а значит эффективности «мягкой силы» в усилении внутреннего имиджа Китая.

На основании работы можно сделать вывод, что «мягкая сила» представляется в китайском политическом дискурсе в разных формах, и одним из ее инструментов может представлять медийный образ политической фигуры, направленный на привлечение внимания и позитивного отношения к Китаю как внутри государства, так и извне. Традиционный подход к исследованию политического дискурса Китая, с учетом всех его специфических характеристик, оказывается недостаточно исчерпывающим, в то время как сочетание китайского культурологического дискурс-анализа вербального компонента и мультимодальный подход к исследованию невербальной составляющей помогут в нужной мере раскрыть все особенности реализации медийного образа в рамках политического дискурса КНР, поэтому настоящая работа может стать основой для подтверждения или опровержения ряда поднятых в ее рамках гипотез в ходе дальнейших исследований.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белых Е.Н. Прагматическое и концептуальное содержание оценки в политическом дискурсе (на материале турецкого языка): автореф. дис. ...канд. филол. наук. 10.02.19. М., 2019. 148 с.
2. БКРС // Большой китайско-русский словарь [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://bkrs.info> (дата обращения: 21.06.2021).
3. Борисова Е.Б. О содержании понятий «художественный образ» и «образность» в литературоведении и лингвистике // Вестник Челябинского государственного университета. Вып. 37. Челябинск, 2009. С. 20–26.
4. Бояркина А.В. «Мягкая сила» как политический инструмент реализации внешней политики КНР на рубеже XX-XXI вв.: автореферат дис. ... канд. политических наук: 23.00.02. Владивосток, 2015. 22 с.
5. Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ. Вып. 11(160). Оренбург, 2013. С. 91–94.
6. Го Б. Исследования политической лингвистики в Китае // Политическая лингвистика. Минск, 2016. 7 с.
7. Го Л., Шарафутдинов Д.Р. «Укоренившись в родной культуре, мыслить глобально»: Ши Сюй и его «Исследование современного китайского дискурса» // Политическая лингвистика. Вып. 4(76). Гуанчжоу, 2019. С. 12–20.
8. Гришаева Е.Б. Язык как инструмент реализации политической власти и как объект воздействия политики // Язык и культура. Вып. 41. 2018. С. 55–71.
9. Гурина Е.М. Проблема имиджа в социально-гуманитарном знании [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. 2014. Вып. 6. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=15671> (дата обращения: 21.06.2021).
10. Завьялова О.И. Большой мир китайского языка. Языковая ситуация и языковая политика в КНР. 2-е изд. М.: Восточная книга, 2014. 320 с.

11. Загидуллина М.В. Альтернатива вербализации в медиадискурсе [Электронный ресурс] // Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения: сб. матер. Междунар. научн. форума (9–12 ноября 2020 г.) / отв. ред. В.В. Васильева. В 3-х т. Т. 3. Санкт-Петербург, 2020. URL: <https://bit.ly/3cGcER1> (дата обращения: 21.06.2021).

12. Иванова И.В. Лингвокогнитивные средства репрезентации образа политического деятеля (в английских и американских средствах массовой информации) // Вестник МГЛУ. Вып. 474. Москва, 2003. С. 46–60.

13. Иссерс О.С. Речевое воздействие: учебное пособие. 4-е изд. М.: ФЛИНТА, 2016. 224 с. URL: <https://clck.ru/UvqK4> (дата обращения: 21.06.2021).

14. Кибрик А.А. Мультимодальная лингвистика // Когнитивные исследования. Вып. 4. / Под ред. Ю.И. Александрова, В.Д. Соловьева. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2010. С. 134–152.

15. Коваленко Л.Г. «Мягкая сила» как элемент имиджа государства и механизм взаимодействия в международных отношениях // Дневник Алтайской школы политических исследователей. Вып. 33. Барнаул, 2017. С. 132–137.

16. Ковба Д.М. «Мягкая сила» в китайской политической науке и практике // XX Международная конференция памяти профессора Л.Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования», 16-18 марта 2017 г. Екатеринбург: УрФУ, 2017. С. 2002–2010.

17. Красикова Т.Р., Кожемякин Е.А. Телевидение как объект мультимодального дискурс-анализа [Электронный ресурс] // Учебные записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. Т. 160, кн. 4. Белгород, 2018. С. 894–907. URL: <https://clck.ru/UhtJf> (дата обращения: 21.06.2021).

18. Кэ Я. Исследования политической коммуникации в Китае // Политическая лингвистика. Вып. 3(37). Гуанчжоу, 2011. С. 58–62.

19. Лу Т. Политическая лингвистика в Китае: теория и основные направления // Политическая лингвистика. Вып. 5(59). Пекин, 2016. С. 46–55.
20. Маслова В.А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? // Политическая лингвистика. Вып. 1(24). Екатеринбург, 2008. С. 43–48.
21. Михневич С.В. Панда на службе Дракона: основные направления и механизмы политики «мягкой силы» Китая // Вестник Международных Организаций. Т. 9. Вып. 2. Москва, 2014. С. 95–129.
22. Морозова Н.В. Роль языка в политическом дискурсе КНР [Электронный ресурс] // Историческая психология и социология истории. Т. 9. Вып. 1. 2016. URL: <https://www.socionauki.ru/journal/articles/458788/> (дата обращения: 21.06.2021).
23. Нагибина И.Г. Формирование дискурсивно-коммуникативной парадигмы в китайском языкознании: от теории к социальной практике: дис. ... канд. филол наук: 10.02.19. Красноярск, 2017. 231 с.
24. Нашхоева М.Р. Взаимодействие пунктуационных знаков и эмотиконов в текстах [Электронный ресурс] // Вестник ЧГУ. Вып. 12. Москва, 2011. С. 321–327. URL: <https://clck.ru/Uu4rm> (дата обращения: 21.06.2021).
25. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. 4-е изд., доп. М.: Азбуковник, 2000. 940 с.
26. Омеляненко В.А. Мультимодальные способы репрезентации имиджа России в текстах национально-ориентированной рекламы: автореф. дис. ... канд. филол наук: 10.02.01. Москва, 2019. 207 с.
27. Пак Е.М. Особенности политического языка в КНР // Научный вестник ЮИМ. Вып. 1. Краснодар, 2017. С. 88–92.
28. Перельгут Н.М., Сухоцкая Е.Б. О структуре понятия «политический дискурс» // Вестник Нижневартковского государственного университета. Нижневартовск, 2013. 7 с.
29. Петрова Е.А., Коробцева Н.А. Сестры Сорины. Язык одежды, или как понять человека по его одежде. М.: Гном-пресс, 1999. 194 с.

30. Пиз А. Язык телодвижений: как читать мысли др. людей по их жестам. Пер. с англ. Котляр Н.Е. М.: Ай Кью, 1995. 257 с.

31. Плотникова С.Н., Домышева С.А. Политическое дискурсивное пространство: принципы структурирования // Политическая лингвистика. Вып. 1(27). Иркутск, 2009. С. 103–108.

32. Полякова Е.А. Цветовая символика Китая: лингвокультурологический аспект // Международный научно-исследовательский журнал. Вып. №10(41). Ч. 5. Екатеринбург, 2015. С. 89–90.

33. Почепцов Г.Г. Имиджеология. К.: Ваклер., 2004. 574 с.

34. Пронина Е.С. Языковые средства формирования образа женщины-политика в англоязычной прессе: дис. ... канд. филол наук: 10.02.04. Москва, 2014. 203 с.

35. Сабаева Ю.С. Языковая репрезентация медиобраза Сибири в региональном просветительском радиодискурсе: дис. ... канд. филол наук: 10.02.01. Томск, 2019. 179 с.

36. Селиверстова О.А. Внешняя языковая политика как неотъемлемый компонент концепции «мягкой силы»: сравнительно-сопоставительный аспект // Вестник МГОУ. Вып. 4. Москва, 2015. С. 232–240.

37. Словарь терминов маркетинга // Записки маркетолога [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://bit.ly/3vol1Ht> (дата обращения: 21.06.2021).

38. Сорокина Ю.В. Понятие мультимодальности и вопроса анализа мультимодального лекционного дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Вып. 10(76): в 3-х ч. Ч. 1. Тамбов, 2017. С. 168–170.

39. Спешнев Н.А. Китайцы: особенности национальной психологии. Санкт-Петербург: КАРО, 2017. 336 с.

40. Судниченко Д.С. Язык и политика: аспекты взаимодействия // Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов. Четыре четверти. Вып. 11: в 2-х т. Т. 2. Минск, 2014. С. 37–39.

41. Сюй Х. Особенности китайского национального характера [Электронный ресурс] // Молодой ученый. Вып. 2(25). Т. 2. Чита, 2011.



С. 190–191. URL: <https://moluch.ru/archive/25/2644/> (дата обращения: 21.06.2021).

42. Тён ван Дейк. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. М.: «ЛИБРОКОМ», 2013. 344 с.

43. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь русского языка. под ред. Д.Н. Ушакова. М.: АСТ, 2004. 1268 с.

44. Хубриков Б.О. «Мягкая сила» в эпоху Си Цзиньпина // «Дискурс Пи». Парадигмы и процессы. Улан-Удэ, 2019. С. 77–88.

45. Цыганов В.Е. «Мягкая сила» как инструмент формирования имиджа субъекта международных отношений // Азимут научных исследований: экономика и управление. Т. 9. Вып. 4(33). Москва, 2020. С. 29–32.

46. Чапаева М.В. Проектирование имиджа: учебное пособие. Рос.гос. проф.-пед. ун-т. Екатеринбург: Издательство РГППУ, 2013. 139 с.

47. Чикилева Л.С. Роль вербальных и невербальных средств в создании имиджа // Российский гуманитарный журнал. Т. 5. Вып. 2. Москва, 2016. С. 220–232.

48. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. М.: Флинта, 2006. 254 с.

49. Чудинов А.П., Будаев Э.В. Этапы развития зарубежной политической лингвистики // Вестник ЮУрГУ. Вып. 1. Екатеринбург, 2007. С. 30–35.

50. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.01. Волгоград, 2000. 431 с.

51. Юй Ч. Истоки теории тайцзицюань. Популяр. коммент. на основе «Канона перемен». Пер. с кит. яз. А.О. Милянюка. М.: Ин-т Дал. Востока РАН, Исслед. о-во "Тайцзи", 2014. С. 53–81.

52. Kress G., van Leeuwen T. Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication. London: Arnold, 2001. 142 p.

53. Kurlantzick J. China's Charm Offensive in Southeast Asia. Current History, 2006. p. 270–276.

54. Lexico.com [электронный сборник словарей Oxford University Press] [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lexico.com/> (дата обращения: 21.06.2021).

55. Nye J. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. New York: Basic Books, 1990. 370 p.

56. Shi-xu. A cultural Approach to Discourse. New York: Palgrave Macmillan, 2005. 233 p.

57. Wilkinson B. The Attraction of Language: Language, Soft Power and the Narrative Fallacy. Open University, 2013. 14 p.

58. 百度百科 [китайская онлайн-энциклопедия «Байду байкэ»] [Электронный ресурс]. URL: <https://baike.baidu.com/> (дата обращения: 21.06.2021).

59. 百度知道 [форум вопросов и ответов «Байду знает»] [Электронный ресурс]. URL: <https://zhidao.baidu.com/> (дата обращения: 21.06.2021).

60. 都市女报 [Газета «Городская леди»] [Электронный ресурс]. URL: <https://weibo.com/dsnvbaobao> (дата обращения: 21.06.2021).

61. 冯新新。化妆品广告的批判话语分析。山西广播电视大学学报, 2012. 11 页。 [Фэн Синьсинь. Критический дискурс-анализ рекламы косметической продукции].

62. 环球时报 [китайская газета «The Global Times»] [Электронный ресурс]. URL: <https://www.huanqiu.com/> (дата обращения: 21.06.2021).

63. 联合早报 [сингапурская утренняя газета «Ляньхэ цзаобао»] [Электронный ресурс]. URL: <https://www.zaobao.com.sg/> (дата обращения: 21.06.2021).

64. 蒲公英。俄罗斯软实力政策研究。北京外国语言大学, 2016. 123 页。 [Пу Гунъин. Научное исследование механизма и сущности политики «мягкой силы» России].

65. 清华网 [Новостная сеть университета «Цинхуа»] [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tsinghua.edu.cn/news.htm> (дата обращения: 21.06.2021).

66. 人民日报网 [Информационное агентство «Жэньминь жибао»] [Электронный ресурс]. URL: <http://www.people.com.cn> (дата обращения: 21.06.2021).

67. 施旭。话语分析的文化转向：试论建立当代中国话语研究范式的动因、目标和策略。2008。133页。[Ши Сюй. Культурологическое направление в анализе дискурса: о причинах. Целях и стратегиях создания парадигмы исследования дискурса в современном Китае].

68. 施旭。文化话语研究：搜索中国的理论、方法与问题。北京：北京大学出版社，2010。[Ши Сюй. Культурологический дискурс-анализ: в поисках теории, методов и проблематики].

69. 孙吉胜、袁莎。国际政治语言学研究的源起、现状与前景：孙吉胜教授访谈。国际政治研究，2019。142–160页。[Сунь Цзишен, Юань Ша. Истоки, современное состояние и перспективы международной политической лингвистики: интервью с профессором Сунь Цзишеном].

70. 孙玉华、彭文钊、刘宏。语言的政治 vs 政治的语言：政治语言学的理论与方法。辽宁大连，2015。7页。[Сунь Юйхуа, Пэн Вэньчжао, Лю Хун. Политика языка vs Язык политики: теория и методология политической лингвистики].

71. 新华社客户端 [приложение официального издания агентства «Синьхуа»] [Электронный ресурс]. URL: <http://d.zhongguowangshi.com/> (дата обращения: 21.06.2021).

72. 新华网 [Новостная сеть «Синьхуа»] [Электронный ресурс]. URL: <http://www.xinhuanet.com/> (дата обращения: 21.06.2021).

73. 央广新闻 [Центральная народная газета] [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cnr.cn/> (дата обращения: 21.06.2021).

74. 杨保华、陈晓丽、王德田。论批判话语分析在英语专业精读教学中的应用。中州大学学报, 2009。 [Ян Баохуа, Чэнь Сяоли, Ван Детьянь. Применение критического дискурса-анализа в обучении интенсивному чтению студентов, изучающих английский язык].

75. 杨娜。妇女人权的文化话语研究: 剖析与评估中国政府计生话语的特质、策略和原则。浙江大学, 2014。296 页。 [Na Yang. A Cultural Discourse Study of Women's Rights: Analyzing and Assessing Properties, Strategies and Principles of Chinese Political Family Planning Discourse. Zhejiang University, 2014. 296 p.].

76. 在线汉语词典 [Электронный толковый словарь китайского языка] [Электронный ресурс]. URL: <http://xh.5156edu.com/> (дата обращения: 21.06.2021).

77. 中国经济网 [Интернет-версия газеты «Экономика Китая»] [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ce.cn/> (дата обращения: 21.06.2021).

78. 中国军网 [Интернет-версия газеты Армии Китая] [Электронный ресурс]. URL: <http://www.81.cn/> (дата обращения: 21.06.2021).

79. 中国日报网 [Интернет-сервисия газеты «China Daily»] [Электронный ресурс]. URL: <https://cn.chinadaily.com.cn/> (дата обращения: 21.06.2021).

80. 中国网 [Китайский информационный Интернет-центр] [Электронный ресурс]. URL: <http://www.china.com.cn/> (дата обращения: 14.06.2021).

81. 中新网 [Информационное агентство «ChinaNews»] [Электронный ресурс]. URL: <https://www.chinanews.com/> (дата обращения: 21.06.2021).

Анкета для опроса

有关媒体报道中的中国第一夫人形象调查表

尊敬的受访者！这项调查表里面是关媒体报道中的中国第一夫人的形象的问题，请您回答。请特别注意开放式问题。谢谢您的合作，期待您的参与！

1. 您的性别： \*

- 女
- 男

2. 您的岁数： \*

3. 您的职业： \*

4. 根据您的理解，政治家的形象是什么？ \*

请指出一些联想到的词：

5. 您对“中国第一夫人具有独特的形象”这一说法表示赞同吗？ \*

1 分为非常不认同,5 分为非常认同, 您的评分是……分

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

6. 中国第一夫人需要改变自己在媒体中报道的形象吗? \*

是

否

7. 您认为中国第一夫人的形象在其他国家算是知名的? \*

是

否

8. 您在媒体中遇到提到中国第一夫人的频率是怎样的? \*

1 分为不经常,5 分为经常,您的评分是……分

1

2

3

4

5

9. 您最常在哪里遇到关于中国第一夫人的信息? \*

朋友推荐

相关文章

主动搜索

社交平台 (百度贴吧/新浪微博)

其他 (请指出具体的信息来源) \_\_\_\_\_

10. 请评价政府在造成中国第一夫人形象方面的作用: \*

1 分为非常不重要,5 分为非常重要,您的评分是……分

1

2

3

4

5

11. 请评价官媒在造成中国第一夫人形象方面的作用： \*

1 分为非常不重要,5 分为非常重要, 您的评分是……分

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

12. 请评价社交平台上的独立博客在造成中国第一夫人形象方面的作用： \*

1 分为非常不重要,5 分为非常重要, 您的评分是……分

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

13. 您认为媒体和当局需要采取什么措施来提高对第一夫人形象的知名度？ \*

14. 请根据媒体报道来评价您自己对第一夫人的信任度。 \*

1 分为非常低,5 分为非常高, 您的评分是……分

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

15. 请用三个最恰当的词形容中国第一夫人： \*

16. 请列出在提及中国第一夫人的上下文中您最常见到的关键字： \*

--

17. 您是否同意“中国第一夫人的形象是全国文化的体现”这一说法？ \*

是

否

18. 您对“中国第一夫人的形象采借儒家典范中理想的“国家妻子”形象”这一说法有多少同意？ \*

1 分为非常不认同,5 分为非常认同, 您的评分是……分

1

2

3


4

5







Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра восточных языков  
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой ВЯ  
 Е.В. Чистова

«21» июня 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА  
МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ  
МЕДИЙНОГО ОБРАЗА ПЭН ЛИУАНЬ В КИТАЙСКОМ  
ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ КИТАЙСКИХ  
НОВОСТНЫХ РЕСУРСОВ)

Выпускник	 Д.О. Петелина
Научный руководитель	 канд. филол. наук, доц. Е.В. Чистова
Научный консультант	 старш. преп. кафедры ВЯ, Е.А. Бирюлина
Нормоконтролер	 Е.В. Буркова

Красноярск 2021

ации  
иале  
ы, 7  
х на

НЬИ  
ИЗ.  
кого  
образ  
е на

са в  
нтов  
кого  
ткой  
эвых  
дова;  
об

кого  
гла»;  
я на  
перез

ров-  
лы и  
стве  
ся к  
атом

и, не  
зется  
кных

нию  
ом и  
сы и

и и  
нами)  
одит

хода  
брана  
ание  
мках