

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

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра русского языка как иностранного
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой РКИ
_____ Т.К. Веренич
« ____ » _____ 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
ЖАНРОВО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ
ОСОБЕННОСТИ МЕДИАТЕКСТОВ ЖУРНАЛА «КИТАЙ»

Выпускник

Ван Чэнхао

Научный руководитель

канд. филол. наук, доц.
А.К. Лесинская

Нормоконтролер

В.С. Срмикян

Красноярск 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	6
1.1. Медиалингвистика как область научного знания	6
1.2. Медiateкст: структура и содержание понятия	8
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	11
ГЛАВА 2. ЖУРНАЛА «КИТАЙ» В МЕДИАЛИНГВИСТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ.....	12
2.1. Жанрово-типологическое своеобразие журнала «Китай».....	12
2.2. Особенности публицистического стиля в журнале «Китай»	17
2.3. Лексико-стилистические средства выразительности в журнале «Китай»	23
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2	29
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	30
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	32

ВВЕДЕНИЕ

Со второй половины XX века новые информационные технологии и массовые коммуникации динамично развиваются, что привело к созданию единого информационного пространства. Оно по-разному понимается исследователями. Поддубская Т.А. определяет его как «совокупность информационных пространств, объединенных общими культурно-историческими, политическими, экономическими и технологическими связями, а также межнациональным языком общения, имеющая географические, политические и семиотические границы» [Поддубская, 2015]. Т.Г. Добросклонская единым информационным пространством называет особую виртуальную среду, которая образована множеством медиапотоков [Добросклонская, 2008]. Основной единицей этих медиапотоков является медиатекст, который стал объектом изучения нового направления в лингвистике – медиалингвистики.

С формированием новой лингвистической области обозначился круг первостепенных проблем. К ним относятся использование языка в сфере масс-медиа, соотношение устной и письменной речи в языке СМИ, генезис и развитие «языка массовой информации», его функционально-стилистическая дифференциация, типологическая классификация медиатекстов и изучение специфики языков конкретных СМИ [Сметанина, 2002: 53].

Актуальность настоящего исследования заключается в необходимости разработке типологии медиажанров, способов создания и воздействия медиатекстов, описания их языковых особенностей.

Целью данного исследования является характеристика жанрового своеобразия и лексико-стилистических особенностей текстов сетевого русскоязычного журнала «Китай» в аспекте медиалингвистики.

Для достижения данной цели необходимо решить **следующие задачи**:

1. Сформулировать определения «медиалингвистика», «медиатекст» и охарактеризовать специфику нового лингвистического направления и медиатекста.

2. Выделить жанрово-типологические особенности текстов журнала «Китай».

3. Описать лексико-стилистические средства выразительности, используемые в текстах журнала «Китай».

Объектом исследования выступают медиатексты сетевого русскоязычного журнала «Китай».

Предметом исследования являются жанровые и лексико-стилистические особенности медиатекстов журнала «Китай»

Источником исследования является электронная версия русскоязычного журнала «Китай» (<http://www.kitaichina.com>).

Новизна данного научного исследования заключается во вовлечении медиатекстов журнала «Китай» в научный оборот медиалингвистики. Материалы данного журнала впервые подвергаются лингвистическому изучению.

В работе применялись общенаучные **методы**: анализ, наблюдение, обобщение, описание, типологизация языкового материала. Для характеристики жанрового своеобразия журнала «Китай» использовался метод жанроведческого анализа. Метод стилистического анализа позволил выявить лексико-стилистические особенности медиатекстов журнала «Китай».

Теоретической базой исследования послужили исследования Н.С. Валгиной, И.Р. Гальперина, посвящённые механизмам образования и восприятия текстов. Работы Т.Г. Добросклонской, Г.Я. Солганика позволили определить место медиалингвистики в кругу других лингвистических дисциплин и выделить её самостоятельный предмет и объект изучения. Труды по теории выразительных средств Г.А. Копниной и А.П. Сквородникова помогли описать лексико-стилистические особенности журнала «Китай».

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты анализа журнала «Китай» могут быть использованы в

преподавании курсов «Медиалингвистика», «Язык СМИ», «Стилистика русского языка», на отделении филологии и журналистики. Анализируемые примеры могут быть использованы в лексикографии при составлении публицистический словарей. Материал исследования также представляет интерес для практикующих журналистов, в том числе авторов текстов журнала «Китай».

Структура данной работы состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы. Во введении описаны актуальность и новизна научной работы, а также практическая и теоретическая значимость бакалаврской работы. Далее описаны объект, предмет и методы научного исследования. Первая глава посвящена теоретическим основам медиалингвистики и раскрыты признаки и свойства медиатекста. Во второй главы описаны рубрики журнала «Китай», охарактеризованы стилевые черты журнала и выделены языковые особенности текстов.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕДИАЛИНГВИСТИКИ

1.1. Медиалингвистика как область научного знания

В современной лингвистике активно развивается новое направление – медиалингвистика. Как пишет Г.Я. Солганик, «Прежде язык СМИ изучался по преимуществу как «вещь в себе», а сейчас остро актуальными становятся такие аспекты, как язык СМИ и мышление, язык СМИ и общество, язык СМИ и культура, политика, идеология. Наступило время экстенсивного изучения языка СМИ, открывающего новые перспективы перед этой отраслью стилистики, способствующего более глубокому пониманию специфики и природы языка СМИ» [Солганик, 2005: 14].

Возникновение медиалингвистики тесно связано с возникновением и развитием социалингвистики, психалингвистики, семиотики, функциональной лингвистики и другими, смежными с медиалингвистикой научными направлениями. Большой вклад в разработку отечественной медиалингвистики внесли Г.Я. Солганик, Т.Г. Добросклонская, О.Б. Сиротинина.

Главной особенностью медиалингвистики как направления науки является ее междисциплинарный характер. Он проявляется прежде всего в самом происхождении термина, образованном «по аналогии с целым рядом подобного рода направлений, которые используются для обозначения новых академических дисциплин, возникающих на стыке наук» [Хамидова, 2018: 294].

Предмет исследования медиалингвистики достаточно обширен и включает следующие темы:

1. Классификация и дифференциация текстов по степени реализации функций языка, а также разграничение разных источников распространения, например Интернет, радио, телевидение;

2. Классификация и разграничение по типологии медиаречи, разграничение жанрово-видовой классификации текстов, создаваемых

массмедиа, и типология текстов, например новости, публицистика, реклама и т.д.;

3. Выделение основных и дополнительных лингвостилистических особенностей медиатекстов;

4. Выделение и классификация экстралингвистических составляющих медиаскурса;

5. Лингвомедийные технологии воздействия на индивидуальное и массовое сознание: к ним могут относиться пропаганда, способы связи с общественностью, информационный менеджмент [Добросклонская, 2015: 36–37].

В медиалингвистике используются как традиционные для всей лингвистики методы текстовой обработки, например при помощи системного анализа и контент-анализа, так и достаточно специфические методы, как например сравнительно-культурологическое описание, социалингвистическое описание. Так же могут использоваться и логический и эмпирический методы описания, которые базируются на двух основных источниках получения информации человеком: рациональный и эмпирический [Валгина, 2004].

Большинство лингвистов рассматривают медиалингвистику как отдельное научное направление ввиду огромного воздействия СМИ на общество и именовали их четвертой ветвью власти [Жаркова, 2014]. Однако, по мнению В.А. Мишланова, у медиалингвистики нет специфического объекта. Он утверждает, что возможно разрабатывать проблемы медиалингвистики на основе классических традиционных понятий и методов функциональной стилистики [Мишланов, 2015: 115].

О. Сиротина разграничивает такие понятия, как медиалингвистика или медиастилистика. По ее мнению, медиалингвистика – это «часть лингвистики, исследующая деятельность языка в СМИ в каждом аспекте»; «вариант публицистики, изучающей не только функционирование языка, и не только СМИ, а свободное публичное общение с употреблением доминанты

публицистического функционального слога языка – воздействия» [Сиротинина, 2015]. Медиастилистика представляет собой часть медиалингвистики и изучает речевые факты СМИ в аспектах, типичных для публицистического стиля.

Таким образом, медиалингвистика предполагает системный подход к изучению языка СМИ.

1.2. Медиатекст: структура и содержание понятия

Объектом изучения медиалингвистики выступает медиатекст. Он отличается от собственно текста, представляющего из себя сообщение. Медиатекст, по мнению Т.Г. Добросклонской, - это сообщение плюс канал. [Добросклонская, 2009].

Г.Я. Солганик полагает, что «медиатекст — разновидность текста, принадлежащая массовой информации, характеризующаяся особым типом автора (принципиальное совпадение производителя речи и ее субъекта), специфической текстовой модальностью (открытая речь, многообразное проявление авторского «я»), рассчитанная на массовую аудиторию» [Солганик, 2005: 14].

Таким образом, «медиатекст» является чем-то гораздо больше, чем просто текст. В него включаются графика, звуковое сопровождение, которые служат для концентрации и удержания внимания на информации. Отсюда следует главная отличительная черта медиатекста - это возможность его включения в разные медийные структуры.

Характеризуя медиатекст, Я.Н. Засурский рассматривает его как фактор интеграции и продукт коммуникационной культуры, придавая особую важность экстралингвистическим моментам. Он определяет его как «новый коммуникационный продукт», характерными особенностями которого являются включенность: «1) в разные медийные структуры (вербальный, визуальный, звучащий и мультимедийный планы); 2) в разные медийные обстоятельства (газета, журнал, радио, Интернет и т.д.). В жестких

условиях рынка медиатекст становится товаром, что непременно сказывается на форме, содержании сообщения и обуславливает использование многочисленных технологий, ориентированных на активизацию и удержание внимания потребителя» [Засурский, 2005: 6].

Спецификой медиатекста является то, что он интегрирует в единое коммуникативное целое разные семиотические коды (невербальные, вербальные). Следовательно, ключевыми категориями медиатекста являются многочисленность (как при создании, да и при потреблении), интегративность или поликодовость (объединение в единое коммуникативное целое разных семиотических кодов) и медийность (создание текста с помощью медиасредств, таких как телевидение, радио, Интернет).

Соответственно, материал должна быть облачен в тот информационный продукт, который важен журналистам для ее последующего распространения.

Ю.В. Рождественский выделяет следующие специфические особенности медиатекста:

- особый тип и характер информации, транслируемой средством массовой информации;
- коллективное производство медиатекста
- одноразовость, невозпроизводимость информации;
- значимость технических средств, посредством которых транслируется сообщение
- опосредованность общения и особый характер обратной связи;
- экономический фактор, определяющий идеологию издания, влияющий на его содержание и технологическое воплощение [Рождественский, 1997].

Т.Г. Добросклонская классифицирует медиатексты по нескольким параметрам:

1. По способу распространения:

- a. печатные;
 - b. радио- и телевизионные;
 - c. тексты интернет-СМИ.
2. По способу производства:
- a. авторский (любой медиаматериал, содержащий указание на авторство, например, статья обозревателя);
 - b. коллегияльный (материалы новостного характера).
3. По функционально-жанровому типу:
- a. информационные;
 - b. аналитические;
 - c. художественно-публицистические (в состав которых входят также специфические рекламные и пиар-жанры).
4. По фактуре:
- a. вербальные (собственно текст);
 - b. невербальные (фотография);
 - c. креолизованные (сложное семиотическое образование, совмещающее в себе знаки вербальной и невербальной систем; к таким текстам относятся, например, теле- и интернет-тексты).
5. По тематической доминанте:
- a. бизнес;
 - b. политика;
 - c. погода;
 - d. культура;
 - e. искусство [Добросклонская, 2008].

Таким образом, медиатекст представляет собой особый вид текста, обладающий собственной спецификой.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Медиалингвистика - это молодое направление лингвистики, которое стремительно развивается и представляет собой системный подход к изучению языка СМИ, который предполагает раскрытие внутренних механизмов порождения, распространения и воздействия на массовую аудиторию текстов СМИ.

Объектом изучения медиалингвистики является медиатекст. Он отличается от собственно текста, который понимается как последовательность связных вербальных знаков, образующих тематическую цельность. В медиатексте объединяются знаки разных семиотических систем. Вербальные знаки могут быть представлены визуально и аудиально. Графические знаки могут выступать иллюстративной частью вербально-аудиальной информации или составлять самостоятельный компонент смысловой структуры медиатекста. Визуальные знаки могут быть частью культурно-языкового кода (жеста, мимики, кинесики) или могут быть иметь собственную визуальную значимость (например, фотографии).

ГЛАВА 2. ЖУРНАЛА «КИТАЙ» В МЕДИАЛИНГВИСТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

2.1. Жанрово-типологическое своеобразие журнала «Китай»

Печатная версия журнала «Китай» выходит с 2005 года издательством «ЖэньминьХуабао», которым руководит Китайское международное объединение издательств. В Пекине находится редакция журнала, а печатается и распространяется журнал в Москве, там же присутствует представительство. Журнал выходит 1 раз в месяц, объемом в 84 страницы, содержит большое количество фотографий и рисунков. Тираж жкрнала составляет 150 тысяч экземпляров.

Сетевая версия журнала появилась в 2009 году. В отличие от печатного издания онлайн-версия журнала находится в свободном доступе в интернете и имеет различные группы в социальных сетях, в которых читатели могут взаимодействовать с редакцией, обсуждать представленные темы. Наблюдается стабильный рост популярности СМИ в социальных сетях, о чем говорит постоянное увеличение подписчиков журнала [Троценко 2020].

В сетевой версии журнала выделяются восемь постоянных рубрик: «Новости», «Политреалии», «Экономика», «Путешествия», «Культура», «Общество», «Спецтемы» и «Китайский язык». В них преимущественно «рассматриваются важнейшие аспекты общественной жизни двух стран в межкультурном диалоге. При этом освещение совместных российско-китайских мероприятий не является приоритетной задачей журнала» [Там же: 350]. Рассмотрим каждую из рубрик подробнее.

В рубрике «Новости» основное место занимает новостная лента, которая содержит восемь публикаций, датирующихся последними 5-6 днями. Новости представлены графическим изображением, заголовком и первой вводной фразы – лидом, следующим за заголовком. Он конкретизирует информацию, размещенную в заголовке. Последняя новость в новостной ленте не имеет изображения. Анализ заголовков показывает, что основные темы новостей посвящены культуре и экономике: «В Чунцине появилась

"больница" для реставрации наскальных рельефов Дацзу»; «Пейзажи истока реки Янцзы»; «Китай создаст национальный парк на озере Цинхай»; «Уборка летнего урожая пшеницы в провинции Хэбэй»; «В регионе дельты Янцзы наблюдается рост числа рейсов грузовых поездов Китай-Европа». Всегда представлены 1-2 политические новости («Си Цзиньпин посетил с инспекцией город Мэйшань»), а также освещаются сведения из мира науки («Китай опубликовал новую геологическую карту Луны»).

Заголовки в подавляющем большинстве случаев имеют следующую синтаксическую структуру: простое двусоставное предложение, которое начинается с грамматической основы (подлежащее + сказуемое). Такая структура соответствует информативной цели заголовка, так как наиболее сильная, то есть смыслонесущая позиция – вначале. Приведем список новостных заголовков, чтобы убедиться в этом: «Си Цзиньпин посетил с инспекцией город Мэйшань»; «Китай опубликовал новую геологическую карту Луны»; «Китай выступает за реформу ВТО в правильном направлении – Министерство коммерции»; «Китай создаст национальный парк на озере Цинхай»; «Китай и Россия выразили стремление развивать сотрудничество в рамках механизма "Янцзы-Волга"»; «Крестьяне в Китае заняты сельхозработами на полях в сезон "Манчжун"».

Что касается текстов новостей, то в них можно наблюдать «уплотнение жанров». Термин был предложен Т.В. Шмелевой, которая пишет: «Анализ новостных текстов показывает, что новость включает в себя отчет, репортаж, научную статью, анонс, биографическую справку. Рассуждения о причинах таких жанровых трансформаций приводят к выводу о полиинтенциональности современного медийного текста, усложнении его авторского начала, соединении разных жанровых качеств» [Шмелева2018:270]. При этом лингвист считает, что «жанровая «плотность» медийных текстов ближе к повседневному общению, когда автор текста решает одновременно несколько коммуникативных задач, давая понять при этом, какова его основная интенция» [Там же: 274].

В качестве примера можно привести полный текст новости «В Чунцине появилась "больница" для реставрации наскальных рельефов Дацзу»: «В субботу в городе Чунцин на юго-западе Китая открылась "больница" для реставрации наскальных рельефов Дацзу. Она занимается исследованиями в области науки и технологий в целях сохранения этих наскальных рельефов, а также разработкой инноваций и применением технологий реставрации каменных памятников культуры. Наскальные рельефы Дацзу - это комплекс древних наскальных рельефов в районе Дацзу города Чунцин. В настоящий момент комплекс насчитывает более 50 тыс. статуй. В 1999 году наскальные рельефы Дацзу были включены ЮНЕСКО в список Всемирного культурного наследия». Первых два предложения – собственно новость (открытие реставрационной «больницы» и рассказ о её деятельности), а далее идет научная и историко-культурная справка о наскальных рельефах Дацзу и о их всемирном значении.

Рубрика «Политреалии» посвящена преимущественно политической жизни Китая, а также событиям культурной, экономической и социальной жизни граждан Китая: «Новая ступень сотрудничества Гуандуна и Аомэня»; «Формирование будущего на основе четырех преимуществ»; «Региону «Большого залива» – большое плавание»; «Современные фермеры региона «Большого залива»; «Зеленый – фон развития региона «Большого залива»; «Нечто из ничего»; «Китайских и российских ученых призвали содействовать укреплению двусторонних связей»; «Новый ориентир для регионального экономического сотрудничества». На одной странице представлены 8 заголовков с лидами, но в отличие от рубрики «Новости», в данной рубрике не каждая новость сопровождается графическим изображением. В основном соблюдается порядок размещения новостей по их дате опубликования. Иногда сначала размещаются публикации, посвященные изменениям в законодательстве и политической жизни Китая, а после них идут новости, с данными темами непосредственно не связанные.

Следующая рубрика называется «Экономика», она посвящена достижениям КНР в производстве, информирует о росте экономических показателей и реализации экономической политики в условиях пандемии COVID-19. Данная рубрика также состоит из 8 публикаций. Представленные публикации формируют деловой имидж китайского государства и китайского бизнеса: «Расширение роли частных предприятий»; «Перенос предприятий центрального подчинения»; «Форум глобального экономического развития»; «Сохранять стабильность, двигаясь вперед»; «Пакет мер по стабилизации экономики»; «Предстоящая работа по низкоуглеродному потреблению»; «Ключ к стабилизации экономики – малые и средние предприятия»; «Продвижение реформ и открытости на высоком уровне».

Рубрика «Путешествия» представляет список туристических мест, как популярных среди российских туристов, так и развивающихся в туристическом плане. Данная рубрика демонстрирует возможные варианты для путешественников из России для организации своего досуга в КНР: «Циндао – российские регионы»; «Гуанчжоу – Екатеринбург»; «24 года в лоне родины»; «Лесная ферма Мааньшань»; «Озеро Далайнор»; «Путешествие на туристическом минипоезде среди моря весенних цветов»; «Пустыня Такла-Макан»; «Путешествие по Поднебесной».

Рубрика «Культура» рассказывает о достижениях в сфере искусства китайских деятелей, об отдельных направлениях искусства, как древних, так и современных: «В мире людей»; «Молодость – на переднем крае охраны экологии»; «Защитник лебедей»; «Из императорской семьи в бездомные монахи»; «Зазвучать на другом языке»; «Книжный магазин «Чжунчуан» в Харбине»; «Сановник с цветами в волосах»; «Дуньхуан: история и люди».

Рубрика «Общество», на наш взгляд, является дополнительной, все публикации, приведенные в ней, имеют только общую основу, рассказывая про китайское общество: «Чудесное превращение соевых бобов»; «К введению отдельного урока труда», «Староста реки Ляньхуахэ»; «Путь к

управлению данными труден и тернист»; «Укрепление защиты пахотных земель»; «Золотая лихорадка» утилизации батарей»; «Обнимаемая облаками – обсерватория Валигуань»; «Новые силы» для продвижения низкоуглеродной трансформации».

Рубрика «Спецтемы» содержит информацию, сообщение, краткий обзор и анализ сессий Всекитайского народного собрания и отсылает к выступлениям Си Цзиньпина и Коммунистической партии Китая: «Боаоский азиатский форум -2022»; «ВСНП и ВК НПКСК Ежегодные сессии 2022»; «Пекин 2022: Вместе ради общего будущего!»; «В Шанхае открылось 4-е Китайское международное импортное ЭКСПО»; «COP15 открылось в китайском городе Куньмин»; «100-летие со дня создания КПК»; «Сто тысяч почему» об истории Коммунистической партии Китая»; «Ежегодная конференция боаоского азиатского форума – 2021».

Рубрика «Китайский язык» может быть интересна для всех, кто изучает китайский язык. Она содержит публикации, которые рассказывают о необычных идиомах в китайском языке и помогают всем изучающим китайский язык глубже проникнуть в понимание данного сложного языка: «Перетянуть чашу весов»; «Даже ветхая метла дорога человеку»; «Принять отражение лука в стакане за змею»; «Нарисовав змею, пририсовать ей ноги»; «Косил траву, спугнул змею»; «Если скачешь верхом на тигре, то трудно слезть»; «Трусливый как мышь»; «Как рыба в воде». Как видно из примеров, встречаются идиомы, которые есть в русском языке, однако имеют иное значение. Упомянутая идиома «как рыба в воде» в русском языке обозначает человека, который находится в своей комфортной среде. В китайском языке она обозначает веселье, которое может испытывать рыба, попавшая обратно в воду. Следует отметить, что данная рубрика редкое обновляется.

Помимо главной рубрики, читатель всегда видит сменяющееся изображение обложки печатного издания, а под ним рубрику «Культура», состоящую из трёх новостных заголовков, например: «В мире людей», Молодость – на переднем крае экологии», Защитник лебедей». Под рубрикой

«Культура» располагается рубрика «Новости», состоящая из заголовков новостей, 8 из которых дублируют заголовки новостной ленты и 3 упоминаются впервые.

Способ подачи информации в русскоязычном журнале «Китай» является преимущественно традиционным, но дополняется видеоматериалом, который озвучивается на китайском и русском языках. Если видео имеет сообщение на китайском языке, то всегда используются русские субтитры. Видеоматериал готовят китайские и русские корреспонденты. Следует также отметить, что в журнале нередко встречаются опечатки, разного рода ошибки и необъяснённые аббревиатуры, которые усложняют восприятие текста.

2.2. Особенности публицистического стиля в журнале «Китай»

Публицистический стиль обслуживает широкую сферу общественных отношений: политика, экономика, культура, спорт [Воронцова, 2008]. Он рассчитан на неопределенный круг получателей информации, причем распространение этой информации может осуществляться не только с помощью периодических печатных изданий, радио, телевидения и Интернета, но и посредством публичных выступлений.

Основными функциями публицистического стиля являются информационная и воздействующая. Их взаимосвязь проявляется в том, что «публицистические тексты содержат, во-первых, объективную информацию, во-вторых, эмоционально-экспрессивную интерпретацию этой информации, позволяющую воздействовать на читателя или слушателя» [Там же, 67].

Публицистический стиль сочетает в себе в равной степени разговорную и письменную форму речи [Полонский, 2009]. В журнале «Китай» преимущественно представлена письменная форма речи. Видеоматериалы демонстрируют, напротив, разговорную форму речи. Включение разговорной речи в письменный текст может происходить следующим образом: «Это потрясающая новость! Не успел я сходить в недавно открытый

пекинский Universal, как теперь смогу погулять еще и в городе, построенном из моих любимых кубиков LEGO!» – так восторженно высказался студент Ян Бо, когда узнал из новостей о скором открытии в столице Китая тематического парка Legoland» (В Китае – бум тематических парков).

Разговорность письменному тексту, как известно, придают особые синтаксические конструкции, направленные на диалогизацию письменной речи. Следует отметить, что для журнала «Китай», как и для многих сетевых массмедиа, свойственна скрытая диалогичность: журналист находится в активном взаимодействии с читателем, ощущая принадлежность к единому сетевому сообществу. Например, авторы вводят глаголы (посмотрите, знакомьтесь и пр.) или местоимения и частицы, характерные для разговорного дискурса:

«Это блюдо известно в Китае как «мясо из растений». По виду – мрамор, белый, точно нефрит. На ощупь – будто брюшко рыбы. Оно снискало любовь за богатое содержание высококачественного белка и всех необходимых микроэлементов. Знакомьтесь, это – тофу! Тофу – исконно китайское блюдо» (Чудесное превращение соевых бобов);

«Вот маленькая лаковая шкатулка, сияющая золотой краской с ярким блеском раковин. Если мы прикоснемся к ней, то почувствуем, что перламутр такой же плоский, как и вся поверхность, без единого следа ручной инкрустации. Это ремесло относится к инкрустации золотым лаком» (Дворцовое лаковое искусство великого времени).

Для публицистической речи характерны такие стилевые черты, как общедоступность (понятность для широкой аудитории) и актуальность, так как текст должен затрагивать вопросы и проблемы, которые действительно волнуют общество и непосредственно его касаются.

Одним из способов сделать публицистический текст общедоступным – не использовать профессиональные термины или малопонятные обороты речи. Однако иногда материал посвящен специфическим темам, не всегда известным широкому кругу читателей. Тогда журналист использует разные

способы языковой рефлексии, чтобы пояснить или истолковать непонятное или малораспространенное слово, оборот или понятие.

Например:

«Цзинь Нун считается мастером литературы, живописи и особенно каллиграфии. Так, он первым создал новый вид каллиграфии – цишу, написанный лаком на бамбуковых дощечках. Данный уникальный метод использует кисть, похожую на плоскую щетку, и весь процесс написания иероглифов походит на работу маляра – отсюда и такое название» (Художник, равнодушный к славе и богатству).

«За необыкновенное мастерство в живописи и оригинальность идей Цзинь Нун удостоился звания первого мастера «Янчжоубагуай» («Восемь чудачков из Янчжоу») – известной школы китайской живописи и каллиграфии тех времен» (Художник, равнодушный к славе и богатству).

«В Пекине в районе Сичэн можно увидеть реку Ляньхуахэ (что означает «река цветов лотоса»). Сейчас на ее берегах часами можно гулять по зеленому ковру, наслаждаясь ароматной тенью высоких деревьев» (Староста реки Ляньхуахэ).

«В 2016 г. Китай внедрил новый административный механизм – «систему речных начальников» (работников которой люди быстро перекрестили в речных старост)» (Староста реки Ляньхуахэ).

Выполняя информационную функцию, авторы публицистического текста вводят в материал научные термины или дополнительную информацию, которая расширяет знания читателей: «Здесь на тонкой полоске гор, растянувшихся от уезда Манкан (Тибетский автономный район) на севере до г. Дали пров. Юньнань на юге, обитают черные ринопитеки (лат. *Rhinopithecus bieti*) – приматы, которые за ловкость и сообразительность прослыли «горными смышленишами» (Обнимаемая облаками – обсерватория Валигуань).

Либо авторы дают другие пояснения: «В июне 2022 г. был официально введен в эксплуатацию аэропорт на территории уезда Ташкурган (далее – аэропорт Ташкурган)» (Аэропорт на краю неба).

Объективность, достоверность предполагает, что изложенная в публицистическом тексте информация должна содержать ссылки на правдивые и авторитетные источники: «Действительно, не так давно на сайте Комитета по развитию и реформам Пекина был опубликован «План ключевых проектов Пекина на 2022 г.», в котором среди других проектов индустрии культурного туризма числится открытие парка Legoland в столичном районе Фаншань. Именно публикация этой новости повлекла столь бурное обсуждение общественностью стремительного развития в Китае сети тематических парков» (В Китае – бум тематических парков).

Либо авторы указывают время и место произошедшего события, а также источник информации, что убеждает читателей в достоверности произошедшего: «Пекин, 12 октября /Синьхуа/ – Председатель КНР Си Цзиньпин во вторник призвал международное сообщество укреплять сотрудничество, действовать в унисон и объединять усилия в деле создания сообщества для жизни на Земле»; «В Шанхае открылось 4-е Китайское международное импортное ЭКСПО»; «COP15 открылось в китайском городе Куньмин»; «Он выдвинул такой призыв во время выступления с речью на саммите руководителей в рамках 15-го совещания Конференции сторон Конвенции ООН о биологическом разнообразии /COP15/ по видеосвязи из Пекина»; «Ежегодная конференция боаоского азиатского форума – 2021».

Эмоциональность, экспрессивность сочетается со стандартизацией, которая проявляется в использовании газетно-публицистических штампов и клише в заголовках.

Например, штамп «извилистый и тернистый путь» в заголовке «Путь к управлению данными труден и тернист». И далее текст Чжан Лицзюань содержит большое количество клише – в настоящее время, массив данных, развитие цифровой экономики, сетевые продукты и пр.: «В настоящее время

в Китае вместе с интенсивным развитием цифровой экономики появился гигантский массив данных, что ставит перед нами животрепещущие вопросы информационной безопасности. Сетевые продукты и услуги весьма удобны в повседневной жизни, однако надо помнить о том, что они потенциально несут в себе технические угрозы, например, уязвимость безопасности устройств и возможную утечку данных пользователя».

Или в материале «В мире людей» автор использует клишированные слова и обороты – общее внимание привлек телесериал, он стоит лидером в рейтинге, шедевр, восемь лет напряжённого труда, автор создал широкую панораму и др.:

«В первой половине 2022 г. общее внимание привлек 58-серийный телесериал «Путешествие длиною в жизнь». Он стоит лидером в рейтинге телесериалов на первом канале Центрального телевидения Китая (ССТV-1), составленном по итогам последних пяти лет»;

«Опубликованный в 2017 г. шедевр объемом 1,15 млн слов—это восемь лет напряженного труда мастера»;

«Автор создает широкую панораму: в романе можно прочесть о личностном росте и борьбе простых людей за лучшую жизнь, о сохранении брачных и семейных отношений, об упадке семьи и ее продолжении, о взлетах и падениях, человеческих радостях и горестях».

Использован штамп-фразеологизм «быть на переднем крае» в заголовке «Молодость – на переднем крае охраны экологии». Или в материале «Дворцовое лаковое искусство великого времени» содержится клишированное сочетание «выдержать испытание временем»: «Шкатулка для драгоценностей, лакированная чаша и ширма – они выдержали испытания тысячелетиями, что сегодня кажется невероятным».

Публицистический текст также характеризует лаконичность и сжатость.

Анализируя медиатекст, представленный в журнале «Китай», можно сказать, что он отвечает перечисленным стилистическим чертам

публицистической речи. Рассмотрим статью «Си Цзиньпин посетил членов ВК НПКСК и принял участие в их панельной дискуссии» (07.03.2022).

1. В целом, текст характеризуется общедоступностью, однако наличие нерасшифрованной аббревиатуры ВК НПКСК затрудняет его восприятие.

2. Актуальность данного текста не вызывает сомнения, весь материал посвящен событиям, которые имели место относительно недавно.

3. Данный текст, как и другие новости, носят информационный и нейтральный характер, поэтому представленную в них информацию можно назвать объективной.

4. Заголовок характеризуется клишированностью построения.

5. Медiateкст отличается лаконичностью и сжатостью.

Одним из синтаксических приемов создания экспрессивности публицистического русского текста является парцелляция [Акимова, 1981; Зубова, 2014]: «расчленение единой синтаксической структуры предложения, при котором она воплощается не в одной, а в нескольких интонационно смысловых речевых единицах, или фразах» [Копнина, 2011: 217].

В китайской лингвистической традиции не существует понятия о парцеллированных конструкциях, так как предложения в русском и китайском языках строятся по разным синтаксическим правилам [Чу Цзинжу, 2019]. Важную роль в китайской синтаксической структуре играет порядок слов, который постоянен: на первое место ставится подлежащее, сказуемое - на второе [Горелов, 1982]. Если синтаксическая структура в китайском языке изменится, то возникают логические нарушения высказывания и семантическая бессмыслица. Так как невозможно прервать синтагматическую цепочку в структуре предложения, следовательно, парцелляция не в китайском языке.

Анализ представленных в русскоязычном журнале «Китай» медiateкстов показал отсутствие парцелляции в них. По всей видимости, первоначальный текст, написанный на китайском языке, переводится на

русский язык буквально и не обогащается стилистическими средствами, свойственными русской публицистике.

2.3. Лексико-стилистические средства выразительности в журнале «Китай»

Одной из главных особенностей текстов журнала «Китай» является активное использование аббревиатур, которые не расшифровываются и непонятны российскому читателю: «ПК Политбюро ЦК КПК провел заседание», «Ван И провел встречу с генеральным секретарем ШОС», «В Пекине закрылась 5-я сессия ВК НПКСК 13-ого созыва». Вероятно, отсутствие расшифровки связано с тем, что первичный медиатекст составляется на китайском языке и потом переводится на русский. Обычный китайский гражданин знает расшифровку данных аббревиатур, потому что постоянно встречается с ними в своем информационном пространстве. Авторы статей также могут предполагать, что читатели имеют первичные знания о китайском обществе и данные аббревиатуры им знакомы. В любом случае, расшифровка данных аббревиатур непосредственно в самих публикациях будет отвечать глобальной цели всего журнала, а именно – информированию российских читателей о жизни в Китае.

В разделе «Новости» редко используются лексические средства выразительности. Исключительным примером, по всей видимости, является употребление фразеологизмов в заголовках статьи «Держать руку на пульсе китайской экономики» (17.01.2022).

Фразеологизмы в заголовках встречаются и в других рубриках, например, часть фразеологизма «большому кораблю – большое плавание» в заголовке «Региону «Большого залива» – большое плавание». В заголовке ««Золотая лихорадка» утилизации батарей» фразеологизм выделен графически – кавычками.

В тексте часто используются фразеологизмы, например, «ни капли»: «Тем не менее, он был упрям, и если ему не нравился кто-нибудь, то Цзинь Нун не достаивал его и каплей внимания, независимо от положения

человека в обществе». Фразеологизм «достичь апогея» передает эмоциональную оценку: «В работе «Альбом цветов сливы» мастерство Цзинь Нуна в передаче образной и поэтической красоты этого растения достигло апогея». Как и фразеологизм «кот заплакал»: «На первых порах в заповеднике работало всего четыре лесника, дел было невпроворот, а зарплата – кот заплакал».

В других разделах журнала употребляются эпитеты, сравнения, метафоры, экспрессивы, создающие положительный образ страны.

Например, рубрика «Общество» содержит статью «100 лет борьбы», которая повествует о вышедшей книге, посвященной столетию Коммунистической партии Китая. В ней используются эпитеты «величественное здание Нового Китая», «несгибаемая воля», «мудрое руководство», «невероятно захватывающая книга». Также употребляются метафоры: «здание Нового Китая стоит», «воля придает смелость и силы для движения вперед», «Новый Китай развивается и процветает» (Сто лет борьбы, 19.08.2021).

Эпитеты придают тексту выразительность. Они характеризуют предмет описания ярко и делают этот предмет запоминающим. Приведем примеры из материалов журнала «Китай»: «Си Цзиньпин призвал к **гармоничному** сосуществованию человека и природы на Земле»; «Си Цзиньпин: Китай будет и впредь продвигать строительство **экологической** цивилизации»; «Именно публикация этой новости повлекла столь **бурное** обсуждение общественностью **стремительного** развития в Китае сети тематических парков»; «ЦзиньНун занял первое место в ранге «Янчжоубагуай» не только за свои **превосходные** работы, но и за свой эклектичный темперамент»; «К этому времени его работы постепенно стали зрелыми»; ««Альбом цветов сливы» передает нам **печальное** и **одинокое** настроение, что превосходно отображает судьбу художника»; ««Я думаю, что классические и традиционные вещи должны быть не просто выставлены в музеях и спрятаны за стеклянные витрины, а интегрированы в повседневную жизнь людей,

чтобы их можно было считать действительно **живыми!**»; «Национальный парк Саньцзяньюань в районе источников трех **великих** рек (Янцзы, Хуанхэ и Ланьцанцзян) – важное место обитания редких диких животных»; «**Чудесное** превращение соевых бобов»; «Благодаря интенсивным мерам Китая по достижению пика углеродных выбросов и углеродной нейтральности в стране наступила «**золотая** эпоха» производства электромобилей». Как видим, все эпитеты положительно характеризуют предмет описания.

В рубрике «Политреалии» употребляются метафоры и эпитеты. В статье «Озеро Чанджин» (14.01.2022) они формируют у читателя положительный образ китайской армии и отрицательный образ американской армии: «американская агрессия», «холодные и суровые условия», «переломила сложившуюся ситуацию», «важный вклад в победу».

В чём-то близкими эпитету являются экспрессивы – лексика (слова и словосочетания), значение которых связано с семами «много», «мало», «очень». Иными словами, экспрессивы – это оценочные определения, которые усиливаются дополнительными экспрессивными средствами. Примеры: «Используя древние технологии, изделия изготавливают **даже** из слоновой кости и костей других зверей, что характеризует предметы как **сокровища** и **неповторимые** символы **целых** эпох»; «Написанные иероглифы на первый взгляд кажутся очень грубыми; секрет в том, чтобы **наслаждаться** ими издали – тогда они смотрятся **величественно** и оригинально»; «Ему очень удавались пейзажи – горы и водоемы, цветы и птицы на его картинах складываются в **невероятно изящные** композиции, одновременно реалистичные и с оттенком туманности, что открывает зрителю с воображением **безграничные** просторы для фантазии»; «За **необыкновенное** мастерство в живописи и оригинальность идей ЦзиньНун удостоился звания первого мастера «Янчжоубагуай»; «Эти юноши и девушки стремительно и **блестяще** овладевают знаниями и техникой научных исследований, **виртуозно** используют новое оборудование.

Несмотря на то, что многие из них **лишь недавно** приступили к работе, они уже превратились в **надежную** опору инновационной программы “умного дождевого леса”».

Более частотны метафоры в текстах рубрик «Путешествия», «Культура» и «Общество». Метафоры в текстах данных тематических групп выполняют функцию создания ярких образов, основанных на переносном значении. Например, в статье «Пустыня Такла-Маклан» (10.12.2020) используется метафора «море смерти» для описания пустыни как максимально опасного места на территории Китая: «Пустыня Такла-Макан, также известная как «море смерти», является второй по величине пустыней зыбучих песков на земле в мире. «Такла-макан» по-уйгурски означает «нет входа».

Ещё примеры: «Особое внимание людей привлекает «душа плато» – редкая тибетская антилопа, судьбой которой занимается группа исследования эволюционной адаптации животных и защиты исчезающих видов из Северо-западного института биологических исследований плато Академии наук Китая»; «Несмотря на то, что многие из них лишь недавно приступили к работе, они уже превратились в надежную опору инновационной программы “умного дождевого леса”»; «Наша сточная канава» – так еще совсем недавно называли замусоренную реку местные жители, и восстановление ее первозданного вида далось нелегко. Однако теперь прозрачности вод здесь ничего не угрожает, ведь за этим строго следят особые речные старосты»; «Обнимаемая облаками – обсерватория Валигуань»; «Эти годы были периодом быстрых изменений в стране: общество перешло от закрытости к открытости, от бедности к благополучию».

Ещё одним средством художественного усиления образа является метонимия, при которой «одно слово заменяется другим, обозначающим предмет, находящийся в той или иной связи с предметом, который обозначается заменяемым словом. Замещающее слово при этом употребляется в переносном значении». В журнале «Китай» метонимия используется в разных рубриках. Приведем примеры: «Си Цзиньпин

подчеркнул важность благосостояния народа и общественной справедливости»; «Си Цзиньпин подчеркнул важность "зеленой трансформации" для глобального устойчивого развития»; «Си Цзиньпин призвал к "зеленому" международному сотрудничеству»; «Зеленый – фон развития региона «Большого залива»; «Чжоу Жун, отправилась в сельскую местность Гуйчжоу, следуя за своей любовью».

Применяют авторы журнала развернутое сравнение: «По его собственным словам, его семья владела полями и дорогой недвижимостью – из окон их дома открывался вид на реку Цяньтанцзян. Это все равно, что в наше время иметь апартаменты с видом на реку в центральном районе одного из крупнейших китайских мегаполисов».

Кроме названных выразительных средств в материалах использованы и другие, например, гиперболы: ««Путешествие на туристическом минипоезде среди моря весенних цветов»; «Аэропорт на краю неба»; «Так в Китае появился тофу, который бережно передавался из рук в руки бесчисленными поколениями китайцев». Также есть примеры использования парафраза: «Путешествие по Поднебесной»; «Дворцовое лаковое искусство великого времени».

Все названные выразительные средства гармонично присутствуют в тексте. На примере двух небольших отрывков можно показать, как сочетаются и дополняют друг друга различные приемы художественной выразительности с целью достичь положительного воздействия на читателя:

«Их следы, оставленные возле **изумрудных** вод и на тропках в **зеленых** горах, наглядно свидетельствуют о **бурном развитии** в КНР дела охраны природы. От научно-исследовательского и управленческого персонала до **простых** охранников и местного населения, – каждый из них **полон благоговения и любви** ко всему живому, все они **с жаром, свойственным молодости**, защищают землю от загрязнения. Именно эти люди вносят **неоценимый** вклад в экологическое управление и **зеленое развитие Китая**» (Молодость – на переднем крае охраны экологии);

«**Величественный** горный хребет Уишань **перекрывал** полнеба, сквозь **облачные разрывы** проступал **девственный** лес», – так описывают свои первые впечатления молодые ученые, в июле 2021 г. включившиеся в **крупномасштабный** сбор статистических данных о биоресурсах всего района гор Уишань» (Защита рая для живых существ).

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Анализ текстов журнала «Китай» выявил неравномерное употребление экспрессивных стилистических средств по рубрикам. Если статьи публикуются в рубрике «Новости», то лексические средства выразительности используются крайне редко. В других рубриках, таких, как «Культура», «Общество» и «Путешествия», они представлены разнообразнее.

Текстам журнала «Китай» свойственны черты публицистического стиля. Следует отметить отсутствие такого синтаксического средства, как парцелляция, что связано с тем, что в китайском языке её нет, а тексты для журнала «Китай» первоначально создаются на китайском языке, а потом переводятся на русский язык.

Одной из главных особенностей журнала «Китай» является активное использование аббревиатур без их расшифровки, что делает тексты малоинформативными, так как большинство сокращений непонятны российскому читателю. Однако наблюдаются и иные примеры, когда авторы поясняют научные термины или малораспространенное слово, оборот или понятие.

Тексты журнала представляют сочетание письменной и разговорной форм речи, речевых клише и экспрессивных средств (метафор, эпитетов, экспрессивов, гипербол, сравнений).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование показало, что медиалингвистика сегодня является признанным полноценным научным направлением. Достаточно четко лингвисты представляют теоретические основы медиалингвистики, её понятийно-категориальный аппарат, ведущие методы и подходы.

Основной категорией медиалингвистики является медиатекст. Он обладает такими специфическими чертами, как медийность, поликодовость и многочисленность. Медиатексты весьма разнообразны, поэтому лингвисты предприняли их классификацию по пяти параметрам. В соответствии с ними можно охарактеризовать анализируемый в данной работе журнал «Китай» следующим образом:

1. По способу производства он является коллегиальным: в нем представлены преимущественно материалы новостного характера.

2. По фактуре журнал представляет сложное семиотическое образование, совмещающее в себе знаки вербальной и невербальной систем: фотографии, видеоматериалы, которые сопровождаются сообщением на русском или китайском языках. Видеоматериалы с сообщением на китайском языке содержат русские субтитры. Такой медиатекст называется креолизированным.

3. По способу распространения он относится к текстам интернет-СМИ.

4. По функционально-жанровому типу журнал является информационным.

5. По тематической доминанте он предстает политически ориентированным. Политике преимущественно посвящены тексты разделов «Новости», «Политреалии», «Спецтемы». Экономические темы обсуждаются в разделе «Экономика» и «Спецтемы», а социальные – в разделе «Общество». Культуре посвящены разделы «Путешествия», «Культура», «Китайский язык».

Стилистический анализ текстов журнала «Китай» показал свойственность ему основных признаков публицистического стиля. Тексты

журнала характеризуются общедоступностью, актуальностью, объективностью, эмоциональностью и экспрессивностью, сочетающихся со стандартизацией, которая проявляется в использовании газетно-публицистических штампов и клише в заголовках, высокой частотности применения аббревиатур. Кроме этого, новостным текстам свойственна лаконичность и сжатость.

Отличительной особенностью медиатекстов является использование эпитетов, сравнений, метафор, экспрессивов, создающих положительный образ страны.

Перспективы дальнейшего исследования видятся в сопоставлении медиатекстов данного сетевого издания с другими тематически близкими ему медиа, например, сетевой газетой «Жэньминь Жибао», русскоязычным информационным сервером «China.org.cn», сайтом информагентства «Синьхуа Новости», платформой CNTV.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акимова Г. Н. Развитие конструкций экспрессивного синтаксиса в русском языке // Вопросы языкознания. 1981. № 6. С. 109-120.
2. Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. М.: Эдиториал УРСС, 2008. 280 с.
3. Валгина Н.С. Теория текста. М.: Логос, 2004. 173 с.
4. Воронцова Т.А. Элементарная стилистика. Ижевск.: Изд-во Удмуртский университет», 2008. 130 с.
5. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 139 с.
6. Горелов В.И. Грамматика китайского языка. М.: просвещение. 1982. 280 с.
7. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М.: Флинта: Наука, 2008. 264 с.
8. Жаркова Т.В. Медiateкст в современном коммуникационном пространстве // Культура и образование. Декабрь 2014. № 12 [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik-rzi.ru/2014/12/2768>.
9. Засурский Я. Н. Медiateкст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 3-6.
10. Зубова С. В., Казеко Т. Н. Экспрессивные синтаксические конструкции в современной газетной речи // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2014. № 6 (33). С. 11-17.
11. Копнина Г.А. Парцелляция // Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты. М.: ФЛИНТА, 2011. 217-219.
12. Кубрякова Е.С. О тексте и критериях его определения [Электронный ресурс] // Текст. Структура и семантика. URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/kubryakova-01.htm>.

13. Мишланов В.А. Медиалингвистика в ряду традиционных направлений языкознания // Международный научный журнал «Медиалингвистика». 2015. №3. С. 115-133.
14. Поддубская Т.А. Проблемы формирования единого информационного пространства в странах СНГ // Грамота. 2015. № 8 (50).
USR: <https://e-cis.info/cooperation>.
15. Полонский А.В. Сущность и язык публицистики. Белгород: Политекра, 2009. 238 с.
16. Рождественский Ю.В. Теория риторики. М. : Добросвет, 1997. 597 с.
17. Сиротинина О.Б. Медиалингвистика или медиастилистика? // Международный научный журнал «Медиалингвистика». 2015. №2. С. 17-25.
18. Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медiateкст». Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2005. № 2. С. 7-15.
19. Троценко Л.А. Структурно-содержательные особенности журнала «Китай» // Эпоха науки. 2020. №24. С. 347-350.
20. Хамидова А.Х. Медиалингвистика: Новая парадигма в изучении языка СМИ // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. Вып. 1 (789). С. 293-299.
21. Чу Цзинжу. Парцелляция в текстах русских СМИ (на фоне китайских СМИ) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/partsellyatsiya-v-tekstah-russkih-smi-na-fone-kitayskih-smi> (дата обращения: 25.03.2022).
22. Шмелева Т.В. «Уплотнение жанров» как тенденция медиасферы // Жанры речи. 2018. №4 (20). С.270-276.

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

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра русского языка как иностранного
45.03.02 Лингвистика



БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

ЖАНРОВО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ
ОСОБЕННОСТИ МЕДИАТЕКСТОВ ЖУРНАЛА «КИТАЙ»

Выпускник

Ван Чэнхао

Научный руководитель

канд. филол. наук, доц.
А.К. Лесинская

Нормоконтролер

В.С. Срмикян

Красноярск 2022