

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«**СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра восточных языков

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ И.Г. Нагибина  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**МЕДИАОБРАЗ ЯПОНЦА В СОВРЕМЕННОМ  
КРОССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ КИТАЯ**

Научный руководитель

ст. преп. каф. ВЯ  
В.Г. Присяжных

Выпускник

А.К. Гвоздева

Нормоконтролер

С.О. Мезенина

Красноярск 2024

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИЗУЧЕНИЯ МЕДИАОБРАЗА И ЕГО СОСТАВЛЯЮЩИХ В СМИ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Дискурс социальных медиа как элемент кроссмедийного дискурса.....	6
1.2. Соотношение понятий «образ» и «медиаобраз».....	11
1.3. Формирование медиаобраза как коммуникативная стратегия .....	16
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1 .....</b>	<b>21</b>
<b>ГЛАВА 2. ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАОБРАЗА ЯПОНЦА В ИССЛЕДУЕМЫХ КИТАЙСКИХ СМИ .....</b>	<b>22</b>
2.1. Предпосылки, влияющие на формирование медиаобраза японцев в китайском сознании .....	22
2.2. Тематические группы анализа .....	25
2.2.1. Тематическая группа «жестокость» как составляющая характеристика медиаобраза японца.....	25
2.2.2. Тематическая группа «вежливость» как составляющая характеристика медиаобраза японца .....	36
2.2.3. Тематическая группа «я – член коллектива» как составляющая характеристика медиаобраза японца .....	45
2.2.4. Тематическая группа «полярность» как составляющая характеристика медиаобраза японца .....	53
2.2.5. Репрезентация уникальных характеристик, формирующих медиаобраз японца .....	60
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2 .....</b>	<b>73</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>75</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>77</b>
<b>СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА .....</b>	<b>83</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ А.....</b>	<b>88</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Средства массовой информации играют важную роль в современном обществе, так как они выступают не только основным источником сведений, но и ключевым элементом концептуализации образов в различных сферах жизнедеятельности человека.

В условиях настоящей геополитической ситуации в Восточной Азии («многополюсная дипломатия» 90-х гг., притеснения в отношении островов Сенкаку – Дяоюйдао, военное сотрудничество Японии с США, альянс КНР и России и т.д.) неуклонно повышается значимость всестороннего изучения взаимоотношений Китая и Японии в различных областях, а также конструирования медиаобраза японца в китайских СМИ.

В связи с вышеуказанным, **актуальность** настоящего исследования обусловлена остротой проблемы и неоднозначности медиаобраза японца в китайских СМИ, а также интересом современного языкознания к изучению особенностей конструирования образа в медиапространстве.

**Объектом** данной работы является медиаобраз в кроссмедийном дискурсе. Тогда как, **предметом** исследования – коммуникативные стратегии и тактики репрезентации медиаобраза японца в китайских СМИ.

**Цель** выпускной квалификационной работы – изучить медиаобраз японца, создаваемый в кроссмедийном дискурсе Китая.

Для достижения поставленной цели поставлены следующие **задачи**:

- рассмотреть понятие «дискурс социальных медиа» в контексте кроссмедийности;
- обобщить понимание медиаобраза в современной лингвистике и уточнить методологию его исследования;
- изучить стратегии и тактики как средство репрезентации медиаобраза в СМИ;
- определить основные стратегии и тактики, конструирующие медиаобраз японца в рамках тематических групп;

- описать языковые средства, характеризующие медиаобраз японца в кроссмедийном дискурсе Китая.

**Материалом** исследования послужили посты и комментарии таких социальных сетей 抖音 (Douyin), 哔哩哔哩 (Bilibili), 小红书 (Xiao Hong Shu) за период 2022-2024 гг. в количестве 50 единиц.

**Теоретико-методологическую основу** исследования составляют труды зарубежных и отечественных ученых в области:

1) дискурсологии: Н.Ф. Алефиренко, Н.Д. Арутюнова, Т.Г. Добросклонская, В.И. Карасик, Е.А. Кожемякин, М.В. Коновалова, Ю.Е. Прохоров, Г.Г. Почепцов, А.К. Хурматуллина, Г.М. Яворская, Э. Бенвенист, Т.А. ван Дейк;

2) мультимодальности: Д.Е. Мичурин, Е.В. Сидорова, Г. Кресс, Дж. Мюррей.

3) конструирования медиаобраза: Т.Н. Галинская, Е.А. Глазкова, Д.О. Смирнов, Ю.С. Степанов, Л.В. Хочунская, А.В. Федоров.

Ключевыми **методами** в данной работе выступают: теоретический метод, метод сплошной выборки, метод контекстуального анализа и дискурсивный анализ.

**Научная новизна** исследования определяется тем, что рассматриваемый нами медиаобраз японца в китайском медиапространстве впервые становится объектом всестороннего дискурсивного анализа в отечественной лингвистике.

**Теоретическая значимость** работы состоит в том, что ее результаты дополняют уже разработанный инструментарий дискурсивных приемов и средств репрезентации медиаобраза японца с учетом нескольких мультимодальных кодов.

**Практическая значимость** заключается в возможности применения результатов в курсах теории и практики межкультурной коммуникации,

лингвокультурного пространства языка изучаемой страны, лингвистики текста и теории дискурса.

**Структура работы** обусловлена ее содержанием и состоит из Введения, двух глав, Заключения и Списка использованной литературы.

Во **Введении** обосновывается выбор объекта и предмета исследования, определяются цели, задачи, методы работы и материал. Кроме того, освещается степень изученности объекта работы и ее актуальность в настоящее время.

**Первая глава «Теоретическое обоснование изучения медиаобраза и его составляющих в СМИ»** посвящена теоретическому описанию медиаобраза в современных средствах массовой информации. Также в главе описываются основные термины «дискурс», «медиадискурс», «образ» и «медиаобраз в контексте социальных сетей и представлены основные механизмы формирования медиаобраза в сознании населения отдельной страны.

Во **второй главе «Формирование медиаобраза японца в исследуемых китайских СМИ»** представлены ключевые факторы репрезентации медиаобраза японца в средствах массовой информации КНР. Кроме того, в данной главе указываются результаты общих лингвистических наблюдений относительно используемых средств формирования образа японца.

В **Заключении** подводятся итоги исследования.

**Библиографический список** состоит из 67 источников.

## ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ИЗУЧЕНИЯ МЕДИАОБРАЗА И ЕГО СОСТАВЛЯЮЩИХ В СМИ

### 1.1. Дискурс социальных медиа как элемент кроссмедийного дискурса

На сегодняшний день определение дискурса рассматривается с точки зрения различных дисциплин и подвергается исследованиям ученых широкого спектра. Это связано с тем, что в рамках антропоцентризма существует полипарадигмальность, которая характеризуется многообразием подходов к изучению теории дискурса и ее составляющих.

Термин «дискурс» был введен в научную теорию лингвистики текста только в середине XX в. известным ученым З. Харрисом. Языковед-теоретик утверждал, что текст, который находится в отдельном дискурсе, необходимо рассматривать как сложное высказывание, в структуре которого каждый элемент имеет значение [Harris, 1952: 30]. В последствии его последователям – Э. Бенвенисту, Т.А. ван Дейку (1989), М. Фуко (1996), Ю.Е. Прохорову (2004), Н.Д. Арутюновой (1990), В.И. Карасику (2000), В.В. Красных (2001), Е.С. Кубряковой (2004), Г.Г. Почепцову (2001) и др. удалось структурировать знания в методологии лингвистического текста и разграничить понятия текста и дискурса, несмотря на ряд общих параметров. Так, в своем исследовании Ю.Е. Прохоров как связывает определения текста и дискурса следующим образом: «дискурс есть текст (часть текста, тип текста, состояние текста и т.п.) – текст есть дискурс (часть дискурса, тип дискурса, состояние дискурса)», так и отмечает то, что «дискурс есть произведение – дискурс есть употребление, деятельность» [Прохоров, 2004: 27–28].

Одновременно с этим, Н.Д. Арутюнова акцентирует внимание на том, что дискурс – «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во

взаимодействии людей и механизма их сознания, речь “погруженная в жизнь”» [Арутюнова, 1990: 136–137].

Т.А. ван Дейк в своих исследованиях подчеркивает, что дискурс необходимо изучать в широком смысле, как «коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим/наблюдателем в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и любом другом контексте. Это коммуникативное действие может иметь вербальные (в устной или письменной форме) и невербальные составляющие» [Дейк, 1989: 8].

Однако исходя из того, что дискурс – сложное явление, существует ряд различных методов к его исследованию. Так, согласно классификации А.К. Хурматуллина выделяются следующие подходы к определению дискурса:

1) коммуникативный (функциональный) подход: дискурс как речевое общение (речь, использование, функционирование языка), либо как диалог или разговор, то есть как тип диалогического высказывания, либо как речь с позиции говорящего, в отличие от повествования, которое не учитывает такую позицию;

2) структурно-синтаксический подход: дискурс выступает в роли обособленной части определенного текста;

3) структурно-стилистический подход: дискурс находится за рамками основного текста;

4) социально-прагматический подход: дискурс – часть текста, обладающая высокой степенью специфичности [Хурматуллин, 2009: 31–37].

Следуя из вышеуказанного, необходимо отметить, что дискурс имеет две стороны: одной – обращен к прагматической ситуации, жизненный контекст дискурса моделируется в форме фреймов или сценариев, с другой – обращен к ментальным процессам участников коммуникации: этнографическим, психологическим и социокультурным правилам и стратегиям порождения и понимания речи в тех или иных условиях, включая способы передачи текста.

Изучая теорию дискурса основной задачей большинства лингвистов-современников является выделение типов дискурса с позиции особенностей речи, особенностей знакового отражения реальной ситуации и особенностями коммуникативной ситуации. Так, например, Г.Г. Почепцов в своей работе приводит следующую типологизацию дискурса: теле- и радиодискурс, газетный, театральный, кинодискурс, литературный, дискурс в сфере «паблик рилейшнз», рекламный, политический, тоталитарный, неофициальный, религиозный, неправдивый, ритуальный, этикетный, фольклорный, мифологический, праздничный, невербальный, межкультурный, визуальный, иерархический, иронический [Почепцов, 1999: 24–25]. В свою очередь, Г.М. Яворская рассматривает дискурс исходя из: 1) сферы функционирования, 2) ситуации общения, 3) принципов строения сообщения и 4) прагматических целей [Яворская, 2000: 14].

В.И. Карасик в научных трудах предлагает разделять дискурса на два основных типа:

- персональный (лично-ориентированный) – «говорящий выступает как личность» [Карасик, 2002: 208];
- институциональный – «специализированная клишированная разновидность общения между людьми, которые могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума» [Макаров, 2003: 176]. Одной из основных сфер институционального дискурса, наряду с политической, юридической, экономической сферами, выступает сфера массмедиа, которая лежит в основе нашего исследования.

В сфере массмедиа одним из ключевых понятий является кроссмедийность. Под кроссмедийностью понимается комплексное использование каналов трансляции, и сам феномен многоканальности издания [Амзин, 2016: 24].

В современных лингвистических исследованиях одновременно применяются различные определения для описания разнородного информационного поля. Так, встречаются такие термины, как

кроссмедийность, мультимедийность и трансмедийность. Кроссмедийность подчеркивает способ распространения информации. Мультимедийность фокусируется на сочетании разных способов представления информации (текст, звук, изображения, видео, анимация) в рамках одного сообщения. Трансмедийность, в свою очередь, стирает границы между этими подходами, объединяя их. Эти три термина являются направлениями, через которые анализируются разнообразные аспекты массовой информации [Шабалин, 2023: 188–194]. В связи с тем, что социальные медиа являются многоканальным источником информации, анализ медиаобраза представляется кроссмедийным.

Медиадискурс является составляющей кроссмедийного дискурса, и Н.Ф. Алефиренко определяет медиадискурс как «речемыслительное образование событийного характера в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими, паралингвистическими и другими факторами, что, собственно, и делает его “привлекательным” и многообещающим для осмысления речетворческих стимулов в деятельности журналиста» [Алефиренко, 2016: 49]. Однако, М.В. Коновалова акцентирует внимание на том, что медиадискурс – не просто совокупность текстов определенного жанра, а нечто большее, «представляющее динамичный коммуникативный процесс, реализующийся в определенном смысловом поле взаимосвязей между отдельными единицами всего корпуса медиатекстов и дискурсов» [Коновалова, 2015: 101].

Несмотря на то, что большинство определений к дискурсу социальных медиа имеет общие характеристики в виде предмета и объекта исследования, ученые определяют медиадискурс по-разному из-за разнородных элементов и их комбинаций в языке:

1. Медиадискурс представляется как «любой вид дискурса, реализуемый в поле массовой коммуникации, продуцируемый СМИ (интернетом, газетами, телевизором, подкастами, социальными сетями и т.д.)» [Кожемякин, 2015: 5].

2. Медиадискурс – «функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская, 2015: 51].

Таким образом, особенности медиадискурса связаны с его функциональным назначением, а именно, передачей информации, формированием общественного мнения и развлечением аудитории. В медиадискурсе используются специфические средства и приемы, такие как краткость, эмоциональность, использование образов и символов, умелое использование языковых средств для воздействия на аудиторию. Сам медиадискурс характеризуется быстротой и динамичностью, постоянными изменениями и обновлениями информации, а также большим количеством различных жанров и форматов.

Ввиду включения Глобальной сети в пространство медиакоммуникаций, где медиадискурс функционирует, дискурс в поле интернета (как канале коммуникации) можно рассматривать в качестве составляющей медиадискурса, отличающегося богатством и сложностью взаимодействия речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере медиакоммуникаций.

С учетом того, что социальные медиа – это широкодоступные средства публикации и потребления информации, а также инструмент, позволяющий выстраивать отношения с другими интернет-пользователями, можно сделать вывод, что они представляют собой интернет-сервисы, в рамках которых возможна коммуникация, организованная при помощи технических средств.

К главным признакам, которые бы характеризовали социальную сеть как новый вид медиа, можно отнести коммуникационную активность, постоянную циркуляцию информации, наличие обратной связи.

Среди ученых существует мнение о возможности становления социальных сетей как единого СМИ в обществе, а такие медиа как телевидение и радио перейдут полностью в социальные сети.

Среди основных отличий социальных сетей от традиционных СМИ: интерактивность, способ достижения целевой аудитории, оперативность распространения информации. Они быстро меняются, трансформируются, совершенствуются. Первоначальная задача социальных сетей общение и знакомство со временем переросло в другую задачу: поиск и получение информации.

В рамках данной работы мы будем рассматривать дискурс социальных медиа и медиадискурс как взаимозаменяемые термины, поскольку в основу исследования будут взяты тексты социальных сетей, которые имеют определенные преимущества перед традиционными СМИ, так как в них отношения могут строиться как индивидуально, так и массово в любое время и в любом месте, где есть сеть Интернет.

## 1.2. Соотношение понятий «образ» и «медиаобраз»

Современные ученые отмечают, что одним из ключевых познавательно-коммуникативных ресурсов СМИ выступает медиаобраз, так как он не только является инструментом формирования общественного мнения, но и продуктом восприятия, воображения, памяти и мышления. Медиаобраз считается термином новейшего времени. До недавнего времени в рамках теории дискурса лингвисты использовали термин «образ», в связи с чем нам предстоит изучить данный феномен и его трансформацию.

Категория образа с давних времен является объектом изучения ученых различных направлений из-за чего существует множество трактовок и нет однозначного, целостного и емкого определения. Понятие «образ» («эйдос») берет свое начало в античной философии. Например, в досократической философии «эйдос» интерпретировался как облик человека, который включает как внешнюю, так и внутреннюю форму восприятия. В то время как, согласно теории Аристотеля, образ – это «психические посредники между

разумом и чувствами, мост между внутренним миром сознания и внешним материальным миром» [Аристотель, 1976].

В лингвистике образ является абстрактным понятием, отражающимся в языке и речи, так как образ конструируется за счет языковых единиц всех уровней. Исходя из определения толкового словаря под редакцией Д.Н. Ушакова термин «образ» имеет несколько значений:

- образ – облик, вид, подобие;
- живое, наглядное представление о чем-либо или о ком-либо;
- художественное отражение идей и чувств в звуке, слове, красках;
- созданный художником или актером характер, тип [Ушаков, 2007: 255].

Отечественный языковед Н.Д. Арутюнова трактует образ как категорию сознания, не относящуюся к действительности. По мнению автора, «образы погружаются в сознании в принципиально иную сеть отношений, сравнительно с той, которая определяет место их оригиналов (прообразов) в реальном мире. Сознание развертывает для них новый контекст, в котором особую роль приобретают реорганизующие картину мира ассоциативные отношения» [Арутюнова, 1988: 75–76] согласно различным признакам:

- результат комплексного восприятия действительности;
- интерпретируемость;
- субъективная окрашенность и «погруженность в ассоциативные отношения»;
- «культурное» соотношение формы и содержания;
- единство означаемого и означающего;
- наличие в сознании «при условии удаленности объекта из поля восприятия»;
- стихийность формирования, независимость от интенции субъекта;
- наличие рамок «отхода от оригинала», ограниченного классами объектов [Арутюнова, 1990: 80–81].

Н.Ф. Алефиренко характеризует образ как «целостное представление некоторого объекта или класса объектов, обладающее системностью, субъективностью и возможностью различной интерпретации» [Алефиренко, 2008: 71]. Это определение подчеркивает сложную природу и структуру образа, его многозначность, «различные социальные контексты» [Фомин, 2014: 46] и зависимость от воспринимающего субъекта. Согласно работам С.М. Мезенина образ состоит из следующих ключевых компонентов:

- 1) референт, соответствующий предмету отражения;
- 2) агент – предмет в отраженном виде;
- 3) основание – связь между референтом и агентом в виде общих свойств, обязательное наличие которых вытекает из принципа подобия [Мезенин, 1983: 54].

И.А. Стернин и М.Я. Розенфельд, в свою очередь, отмечают то, что влияние коммуникативной задачи на отдельные элементы образа и сфера применения образа приводят к актуализации определенных признаков и формированию такого термина, как медиаобраз [Стернин, Розенфельд, 2008: 205].

Медиаобраз определяется учеными как «форма обратной связи, присущей любой сфере деятельности человека в качестве опорной точки для конструирования и оценивания реальности массовой аудиторией» [Моргун, Нагибина, Телешун, 2023: 84]; «закодированное в медийном тексте ценностное представление автора о медиаобъекте, имеющее полилогический характер и вызывающее ценностную реакцию адресата» [Хочунская, 2011: 93]. Важно отметить, что в широком смысле этот термин является «сложным полисистемным психологическим образованием, представляющим собой результат взаимодействия мира автора и мира адресата посредством медиаобъекта. С одной стороны, это результат воплощения личностных смыслов автора в индивидуальном мире реципиента посредством культурных значений, закодированных в символах медиаобъекта. С другой – результат актуализации личностных смыслов реципиента в следствии контактирования

с символами медиаобъекта» [Смирнов; цит. по: Хочунская, 2011: 93]. Тогда, как в узком смысле – фрагмент реальности, описанный в журналистских материалах посредством определенных приемов для создания требуемого восприятия» [Галинская, 2013: 91] и политических, социокультурных, экономических, психолингвистических средств создания медиаавления [Черкасова, 2010: 250–257].

В рамках выпускной работы мы будем использовать определение О.Ф. Русаковой, где медиаобраз выступает «структурным визуально-эмоциональный компонент виртуальной реальности, представляющим собой медийную модель объективного бытия, запечатленную в информационных носителях и общественном сознании» [Русакова, 2006: 220].

Согласно классификациям отечественных и зарубежных ученых в качестве превалирующих характеристик, свойственных медиаобразу можно выделить: стихийность, спонтанность, стереотипность, неустойчивость, изменчивость [Глазкова, 2019: 426]. Тогда как важными принципами в формировании медиаобраза являются:

- 1) «видимость субъекта в информационном пространстве»;
- 2) «количество смысловых характеристик»;
- 3) «интенсивность оценочных характеристики» [Бондарева, 2007: 19].

Отдельно стоит отметить, что в связи с тем, что медиаобраз является комплексным понятием, анализ и построение медиаобраза осуществляется посредством использования различных языковых и неязыковых средств. Так как медиатексты реализуются в рамках медиапространства, где информация может быть выражена в форме текста, фотографии, изображения или видео, анализ медиаобраза предполагает под собой мультимодальный характер.

Чтобы выделить средства, посредством которых реализуется медиаобраз, для начала стоит определить понятие мультимодальности.

Д.Е. Мичурин определяет мультимодальность, как «описание общих законов и конкретных правил взаимодействия в устном коммуникативном акте вербальных или невербальных знаков» [Мичурин, 2014: 48].

По Г. Крессу мультимодальность – это «взаимодействие между вербальными текстами и изображениями, видео, речью и жестами, размером и цветом текста [Kress, 2009: 54–67]. И суть мультимодальности состоит в том, чтобы «исследовать потенциал различных средств, доступных для выражения взглядов, позиций и фактов, и чтобы создавать способы воспроизведения того, что лучше всего подходит для определенной задачи или потребности» [Kress, 2010: 90]

По мнению Дж. Мюррея, мультимодальность определяется как «теория коммуникации и социальной семиотики, где описывается практика коммуникации с позиции текстовых, аудиальных, лингвистических, пространственных и визуальных ресурсов» [Murray, 2013: 325–350].

В медиадискурсе мультимодальность реализуется различными способами посредством использования изображений, текста, голосового сопровождения, субтитров, видеоряда, соответствующей интонации, скорости и тембра речи, использования саундтреков, подбора цветовой гаммы или шрифтов, в связи с чем воздействие осуществляется на несколько каналов восприятия.

При анализе медиаобраза мы будем руководствоваться классификацией Е.В. Сидоровой, которая на основе данных средств выделяет три уровня анализа мультимодальных текстов:

- 1) уровень текста (синтаксис, лексика, стилистика);
- 2) аудиоуровень (интонация, темп речи, тембр, паузация);
- 3) видеоуровень (кинесика, мимика) [Сидорова, 2013: 147].

В результате исследования данных уровней формируется уже целостное сообщение, реализуемое посредством мультимодального текста для достижения коммуникативной цели.

В соответствии с этим, анализ медиатекстов в рамках нашего исследования представляется мультимодальным. Анализу подлежат как вербальные маркеры, выделяемые посредством лексического и

семантического анализа, а также невербальные, представленные в виде визуальных и аудиальных компонентов.

### 1.3. Формирование медиаобраза как коммуникативная стратегия

В связи с тем, что мультимодальный анализ предстает ключевым в рамках исследования медиаобраза, анализу подлежат различные уровни мультимодального текста, одним из которых является уровень текста. Анализ текстового уровня реализуется также посредством выделения определенных коммуникативных стратегий, с помощью которых данный медиаобраз формируется.

Современные ученые определяют понятие «коммуникативной стратегии» по-разному. О.С. Иссерс трактует «коммуникативную стратегию», как «общее планирование коммуникации на основе текущей ситуации и цели общения; такой план может быть ориентирован на обращение к эмоциональной или рациональной стороне адресата, либо воздействовать на него путем сочетания рациональных и эмоциональных аргументов» [Иссерс, 2006: 76].

Каждый коммуникативный акт имеет свою цель, за счет которой осуществляется коммуникативный успех.

Р. Блакар и К. Келлерман определяют «коммуникативную стратегию» в широком смысле как выбор и упорядочивание языковых средств, свойственных коммуникации, а также подчеркивают, что любая коммуникация в связи с наличием цели носит стратегический характер [Блакар, 1987: 15]. Тем не менее адресант не осознает стратегический замысел, либо осознает его не в полной мере, используя определенные стратегии автоматически [Келлерман, 1992: 288].

К. Менг определяет высказывание как комплексное содержание, которое включает в себя пропозицию, передающую значение высказывания, пропозицию иллюкутивной цели и указания глобальной цели субъектов

коммуникации, выражаемой группами высказываний [Менг, 1982: 17]. Для определения глобальных целей адресанта необходим подробный анализ ситуации общения и социального опыта коммуникантов. Именно глобальные цели в итоге подразделяют речевую деятельность на ряд подчиненных действий, объединенных отношениями типа «предпосылка/следствие» [Плотникова, 2000: 21].

По В.И. Карасику, коммуникативная стратегия – последовательность интенций речевых действий, реализуемая в конкретной последовательности коммуникативных ходов, определяемая целями дискурса и реализуемая в его жанрах [Карасик, 1999: 3–18].

По мнению Т. Янко коммуникативная стратегия говорящего заключается в выборе коммуникативных намерений и распределения частиц информации по коммуникативным составляющим [Янко, 2001: 154].

Коммуникативная стратегия включает:

- выбор глобального речевого намерения;
- выбор компонентов семантики предложения;
- определение объема информации, который отводится на одну тему и рему;
- соотношение квантов (частиц) информации о ситуации состояния сознания собеседников и фактором эмпатии;
- определение порядка коммуникативных составляющих;
- настройка коммуникативной структуры высказывания на определенный коммуникативный режим, стиль или жанр [Янко, 2001: 157].

К составляющим коммуникативной стратегии относятся:

- мотивация;
- оценка;
- выражение эмоций;
- размышление вслух;
- оправдание [Янко, 2001: 157].

О.Н. Паршина выделяет классификацию коммуникативных стратегий в зависимости от целей: стратегия самопрезентации; стратегия дискредитации; стратегия нападения; стратегия самозащиты; стратегия формирования эмоционального настроения адресата; информационно-интерпретационная стратегия; аргументативная стратегия; агитационная стратегия; манипулятивная стратегия [Паршина, 2005].

Т.А. ван Дейк по такому же принципу выделяет две основные стратегии положительной репрезентации и негативной репрезентации [Дейк, 2013: 238–246].

Понятие «коммуникативная стратегия» также неразрывно связано с понятием «тактика». Тактика – это инструмент, посредством которого реализуются стратегии.

Так, Н.Н. Кириллова определяет тактику, как «противовес коммуникативной стратегии, общей канве коммуникативного поведения, тактика рассматривается как совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия» [Кириллова, 2014: 27].

По мнению О.С. Иссерс, речевая тактика – это «совокупность речевых действий, имеющих своим направлением решение общей коммуникативной цели говорящего и слушающего» [Иссерс, 2006: 10].

Результат общения индивидов определяет эффективность речевой стратегии. В связи с чем, семантическое, лексическое и прагматическое наполнение стратегии будет зависеть от тактик, которые выбирает автор сообщения. А они, в свою очередь, будут зависеть от коммуникативной интенции [Клюев, 2002: 168]. Наибольшего успеха достигает коммуникатор, который использует целый комплекс тактик.

Существуют различные подходы к классификации речевых тактик.

Т.А. ван Дейк выделяет такие тактики, как: обобщение; приведение примера; поправка; усиление; (очевидные) уступки; повтор; контраст; смягчение; сдвиг; уклонение; пресуппозиция; импликация; предположение; косвенный речевой акт [Дейк, 2000: 120–122].

О.С. Иссерс подразделяет речевые тактики на: тактику самопрезентации; контактоустанавливающую / блокирующую тактику; тактику коррекции модели мира; тактику контроля над темой; тактику просьбы; тактику обещания / кооперации; тактику угрозы; тактику оправдания; тактику уклонения; тактику запроса информации; тактику упрека в неискренности; тактику обвинения; эмоционально настраивающую тактику [Иссерс, 1999].

Также существует классификация Н.Б. Руженцовой: тактика создания собственного образа; дискредитирующая тактика; тактика поляризации; тактика побуждения; тактика умаления авторитета; тактика агрессии; тактика сопоставления; тактика разоблачения; протестная тактика; тактика отрицания; тактика фактов; тактика негативного прогнозирования; тактика переакцентирования; прямая и косвенная тактика [Руженцова, 2004].

Н.В. Демьяненко выделяет манипулятивные тактики, такие как:

- «наклеивание ярлыков» и «использование кличек» с целью высмеивания или привития негативного отношения к субъекту;
- «создание негативных ассоциаций», при которых некий, существующий в сознании субъекта, негативный образ накладывается на образ оппонента;
- «создание контрассоциаций» – техника обратная «созданию негативных ассоциаций», направленная на создания положительного образа о манипуляторе;
- «апелляция к конкретным фактам и документам» подразумевает склонность большинства людей слепо доверять статистике [Демьяненко, 2012: 20–27].

На данный момент не существует единой классификации коммуникативных стратегий и тактик, в связи с чем несмотря на многообразие определений и классификаций речевых стратегий и тактик, мы будем следовать за определением О.С. Иссерс и рассматривать коммуникативную стратегию как общее планирование коммуникации на основе текущей

ситуации и цели общения. И также будем руководствоваться классификацией коммуникативных стратегий Т.А. ван Дейка и классификацией речевых тактик Н.Б. Руженцовой, так как данные классификации являются наиболее универсальными. Тем не менее, если в ходе анализа материала будут выявлены иные тактики и стратегии, мы также будем комбинировать классификации, выделяемые другими учеными.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

В первой главе данной работы были рассмотрены основные понятия, такие как: «кроссмедийный дискурс», «дискурс социальных сетей», «медиаобраз», «мультиmodalность», «коммуникативная стратегия» и «коммуникативная тактика».

Под кроссмедийным дискурсом мы понимаем функционально-обусловленный тип дискурса в сфере медиакоммуникации, который включает в себя совокупность различных речевых практик и продуктов с нескольких массмедийных платформ. Тогда как дискурс социальных медиа – это составляющая кроссмедийного дискурса. Необходимо также отметить, что социальные медиа являются широкодоступными средствами публикации и потребления информации, а также инструментом, позволяющим конструировать отдельно заданный образ в сознании носителей языка.

Более того, в настоящей работе мы пришли к выводу о том, что образ – это целостное представление некоторого объекта или класса объектов, обладающее системностью и субъективностью, в то время как медиаобраз – структурный визуально-эмоциональный компонент виртуальной реальности, представляющим собой медийную модель объективного бытия, запечатленную в информационных носителях и общественном сознании.

Основным методом изучения медиаобраза является компиляция анализа стратегий и тактик Т.А. ван Дейка и Н.Б. Руженцовой с анализом мультиmodalных кодов: 1) аудиоуровень (интонация, темп речи, музыкальное сопровождение) и 2) видеоуровень (визуальная составляющая, изображения, видео-отрывки, цвета, жесты и т.д.). Стратегия – общее планирование коммуникации на основе текущей ситуации и цели общения. Тактика – это совокупность речевых действий, имеющих своим направлением решение общей коммуникативной цели говорящего и слушающего.

## **ГЛАВА 2. ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАОБРАЗА ЯПОНЦА В ИССЛЕДУЕМЫХ КИТАЙСКИХ СМИ**

### **2.1. Предпосылки, влияющие на формирование медиаобраза японцев в китайском сознании**

На протяжении долгого времени Китай и Япония имели сложные взаимоотношения по ряду причин.

- **Территориальные споры**

Одной из основных причин данных взаимоотношений выступают споры об островах Сенкаку (в Японии Дяою) в Восточно-Китайском море и острова Циньхай (Дайю) в Южно-Китайском море. Конфликт имеет исторические корни, поскольку острова были предметом раздора между двумя странами на протяжении нескольких десятилетий. Спор обострился в 1970-х гг., когда в окружающих водах были обнаружены потенциальные запасы нефти и газа, что придало конфликту экономическое измерение [Киреева, 2020: 23].

Время от времени вспыхивает напряженность, приводящая к дипломатическим противостояниям, а иногда и к военным действиям. Спор продолжает осложнять двусторонние отношения между Китаем и Японией, влияя на торговлю, туризм и культурные обмены. Усилия по урегулированию конфликта предпринимались по дипломатическим каналам, но прочного урегулирования еще предстоит достичь.

- **Экономические противоречия**

В связи с тем, что Китай и Япония обе являются крупными державами на мировом рынке, они соперничают в промышленности и производстве. Доказательством этому являются торговые ограничения, санкции и пошлины. Обе страны имеют значительные экономические связи с обширными двусторонними торговыми и инвестиционными потоками. Однако торговые дисбалансы и проблемы доступа на рынки были источниками разногласий между двумя странами [Там же: 25].

Быстрый экономический рост Китая и производственные возможности также привели к конкуренции с Японией в различных отраслях. Например, дешевое производство в Китае повлияло на производственный сектор Японии, особенно в таких областях, как электроника и автомобилестроение. Это создало экономические проблемы для Японии и способствовало напряженности в торговле.

- **Политическое противостояние**

В связи с тем, что Китай является коммунистической державой с авторитарным режимом правления, жесткой государственной пропагандой, он стремится к повсеместному влиянию и установлению статуса великой державы. Япония, напротив, является демократическим государством с конституционной монархией, из-за чего возникает серьезное политическое и идеологическое противоречие [Киреева, 2020: 24].

- **Исторический фактор**

Исторические вопросы, особенно связанные с действиями Японии во время Второй мировой войны, были значительным источником политических противоречий между двумя странами. К ним относятся споры по поводу зверств Японии военного времени, таких как резня в Нанкине, и проблема comfort women (или: «женщины для утешения»). Эти исторические обиды временами обостряли двусторонние отношения и влияли на настроения общественности [Стрельцов, 2014: 7–27].

Несмотря на значительное количество предпосылок, формирующих отрицательное отношение к японцам, на данный момент существует тенденция к потеплению отношений между Китаем и Японией, что обуславливается следующими факторами:

- **Влияние политики Дональда Трампа**

В ситуации, когда происходит конфликт в отношениях с США, Китай традиционно стремится наладить отношения с другими ключевыми партнёрами – Европой и Японией. Ухудшение отношений с США и серьёзное ухудшение восприятия КНР американской администрацией подтолкнули

Китай к осознанию необходимости «прорыва недружественного окружения» – улучшения отношений с ближайшими американскими союзниками – Японией и Южной Кореей [Киреева, 2020: 34].

- **Заинтересованность обеих стран в расширении экономического сотрудничества**

Улучшение политических отношений и расширение сотрудничества с Японией в торговле, инвестициях, финансах и высоких технологиях играют важную роль в стимулировании китайской экономики [Там же: 34].

Появляется всё больше совместных проектов с участием японских компаний в новых сферах, которые активно развиваются на китайском рынке, таких как искусственный интеллект, беспилотные автомобили, медицинское обслуживание. В связи с расширением среднего класса в КНР сохраняется спрос на высококачественные японские товары.

- **Изменение общественного мнения**

Согласно опросам общественного мнения, за последние 5 лет значительно увеличилось количество китайцев, которые положительно относятся к Японии: с 5,2 % в 2013 г. до 42,2 % в 2018 г., а количество относящихся отрицательно, наоборот, снизилось с 90,1 % в 2013 г. до 56,1 % в 2018 г. В качестве ключевых причин положительного отношения называют такие факторы, как высокий уровень развития японской экономики и жизненных стандартов, хорошие манеры и высокий уровень культуры, высокое качество японских товаров. Этот тренд также может быть связан со значительным увеличением туристического потока в Японию и распространении её положительного имиджа в социальных сетях [Там же: 34].

Из-за сложных взаимоотношений между Китаем и Японией, медиаобраз японцев в глазах китайцев может быть довольно негативным. В китайских СМИ и социальных сетях часто появляются материалы, подчеркивающие исторические конфликты между двумя странами, а также проблемы с территориальными спорами. Это может создавать у китайцев негативные стереотипы о японцах, воспринимаемых как враждебную и агрессивную

нацию. Однако, важно отметить, что медиаобраз японца может быть представлен в различных контекстах и интерпретациях, что не позволяет сделать однозначные выводы по поводу отношения китайцев к японцам и делает настоящую работу актуальной.

## 2.2. Тематические группы анализа

В ходе анализа материала были выделены наиболее частотные характеристики, встречающиеся в медиапространстве. На основе данных характеристик было сформировано несколько тематических групп, включающих такие определения, как «жестокость», «вежливость», «коллективность / я – член коллектива» и «полярность». Несмотря на то, что данные характеристики являются превалирующими, существуют и другие, также влияющие на формирование медиаобраза. Рассмотрим соответствующие тематические группы.

### 2.2.1. Тематическая группа «жестокость» как составляющая характеристика медиаобраза японца

Одна из характеристик медиаобраза японца, которая была выделена в ходе анализа – это «жестокость». Основной стратегией, репрезентирующей данную характеристику, является стратегия дискредитации. Под стратегией дискредитации понимается стратегия, направленная на подрыв авторитета или имиджа, умаление достоинства и авторитета оппонента:

Одной из наиболее частотных тактик, реализуемых в рамках данной тематической группы, является тактика «наклеивания ярлыков». Рассмотрим примеры присваиваемых ярлыков:

- 日本人豺狼本性难移，它所有的《文明》表现都是在为食人伪装着。有能力灭它时，一定不得手软。要先下手为强！ / Природу японского *шакала* трудно изменить, и все его «цивилизованные» проявления маскируются под

каннибализм. Когда у вас есть возможность уничтожить его, вы не должны быть мягкотелыми. Мы должны сделать это первыми!

- Фотографиях японских солдат проявляющих доброту к раненым китайцам. / Доброта, проявленная японцами на фотографии, лицемерна, и цель **дьяволов** состоит только в том, чтобы выманить у международной спасательной организации больше гуманитарной помощи.

- Против **японских солдат** в плену были предложены условия прекращения огня и предоставления им гуманного обращения, но их протесты были встречены холодным оружием.

- Японцы, на самом деле весь народ — это темная, мрачная раса! Смотрите на культуру, которую они демонстрируют. Преступный мир существует повсюду, и в нем есть жестокие личности. Это сборище **переворотившихся демонов**.

- 100 лет назад Япония вторглась в Китай, что привело к гибели всего китайского общества. Теперь **япошки** снова начинают превращаться в монстров, и я слышал, что **японские дьяволы** придут в четвертый раз!

- **Японские собаки**, японцы делают это и наблюдают за этим. Дело не в том, что они не ответят. Бог видит, что безжалостные **японские захватчики** будут мертвы.

- Не нужно относиться к **японцам** хорошо.

- 日本人叫鬼子，他们不是人。 / Японцев называют *дьяволами*, они не люди.

- 日本人性格局跟刀一样比较极端。 / Характер японца так же *остер, как и нож*.

Так, «ярлыками», которые преимущественно используют китайцы для обозначения японцев помимо наиболее частотного 鬼子 «демон», «дьявол» также являются такие эпитеты, как 恶魔转世 «первоплотившийся демон», 小日本 «япошка», 日本狗 «японская псина», 日寇 «японские агрессоры», «захватчики». Данные примеры также можно отнести к тактике обвинения, так как данные лексемы обладают исключительно негативными коннотациями и являются оскорбительными, за счет чего осуществляется дискредитация медиаобраза японца.

В некоторых случаях используется также средство сравнения, так в последнем примере: «Характер японца так же *остер, как и нож*» автор использует метафору, отождествляя характер японца с «ножом», то есть обозначая его жестокость.

Следующая тактика, которая наиболее часто встречается в данной группе, тактика фактов. Использование фактов является одним из наиболее эффективных приемов манипуляции, именно поэтому авторы часто используют статистику, оперируют историческими данными, тем самым осуществляя воздействие на реципиента. Рассмотрим примеры данной тактики:

- 这一思想的积极影响自然是把其中包含的优秀品质发扬光大但负面影响则导致了那些拥有武士身份的日本人逐渐变得残暴、暗杀、不顾别人感受。 / Положительное влияние этой идеи, естественно, заключается в том, что она развивает заложенные в ней прекрасные качества, но *негативное влияние привело к тому, что японцы, имеющие статус самураев,*

*постепенно стали жестокими, кровожадными и игнорируют чувства других.*

В данном примере автор отсылается к культурным предпосылкам, а именно к учению Конфуция о благородном муже и 5 добродетелях. Данное учение было также распространено в Японии, однако китайцы убеждены, что японцы исказили данные представления и в последствии стали жестокими.

В следующем примере автор отсылается к историческим конфликтам и за счет различных эпитетов подчеркивает жестокий характер японцев. Так автор использует такие лексемы как 虐杀 «замучить до смерти», «истязать» «издеваться», 惨无人道 «бесчеловечный», 毫不客气 «бесцеремонно», 屠杀 «истреблять»:

- 在中国他们意虐杀战和平民制造了多次惨无人道的大杀。 / В Китае они преднамеренно *издевались* над гражданскими лицами и совершали много *бесчеловечных убийств*.

- 对待英美战俘他们一样毫不客气。著名的«巴丹死亡行军»就是日军一手炮制的。 / Они также *бесцеремонно* обошлись с американскими и британскими солдатами. Знаменитый «*Батаанский марш смерти*» также *был придуман японцами*.

- 日军在旅顺屠杀中国平民 2 万余人。 / Японцы *истребили более 20 000 мирных китайцев* в Порт-Артуре.

- 百年前日本侵华战争，整个中国生灵涂炭。现在的小日本子又开始做妖了，听说马上日本鬼子又要排第四次核污水了！ / Сто лет назад война, вызванная вторжением Японии в Китай, привела к гибели всего китайского общества. *Теперь япошки снова начинают превращаться в монстров*, и я слышал, что японцев скоро уволят в четвертый раз!

Дополнительное воздействие автор выражает посредством перечисления и использования числительных, отсылаясь к статистике пострадавших китайцев, тем самым подчеркивая жестокость японцев:

- 日本人侵华一共 14 年。 / Японцы вторгались в Китай в общей сложности 14 лет.

- 中国伤亡 3 500 万人。 / В Китае погибло 35 миллионов человек.

- 军队伤亡 380 万人。 / Армия понесла потери в 3,8 миллиона человек.

- 它们总共掠夺我们的木材 7 亿方，金属矿 2 亿吨，煤 10 亿吨，黄金 21 000 吨，损失文物 360 万件。 / В общей сложности они украли у нас 700 миллионов квадратных метров древесины, 200 миллионов тонн металлической руды, 1 миллиард тонн угля, 21 000 тонн золота и потеряли 3,6 миллиона культурных реликвий.

Также автор использует антитезу, выделяя данную характеристику:

- 你可以说他们非常先进，但你一定要知道那是你祖宗的命。 / Вы можете сказать, что они очень продвинутые, но вы должны знать, что такой была жизнь ваших предков.

Тактика обвинения также применяется некоторыми авторами роликов и Интернет-пользователями в комментариях, которые употребляют много оскорбительных эпитетов в отношении японцев:

- 日本民族是一个可怕的民族，狡猾，奸诈，邪恶，凶残，不达目的不罢休，表面的彬彬有礼都是假的，内心深埋着嗜血的本性。比恶狼还可怕，因为日本人表面是一个彬彬有礼，高素质的民族，可骨子里却是相反的。 / Японская нация – ужасная нация. Она хитра, коварный, зла и свиреп. Она не остановится, пока не достигнет своей цели. Внешняя вежливость фальшива, а кровожадная натура скрыта глубоко в ее сердце. Они страшнее, чем волки, потому что внешне японцы – вежливая и добропорядочная нация, но в глубине души они совсем другие.

В данном примере автор использует такие эпитеты, как 可怕 «ужасный», «страшный», 狡猾 «фальшивый», «лукавый», «хитрый», 奸诈 «коварный», 邪恶 «отвратительный», «гнусный», «неисправимый», 嗜血 «зверский»,

«бесчеловечный», «кровавый». Также образ японца сравнивается с волком: «они страшнее, чем волки». Данными эпитетами и приемами автор еще раз подчеркивает жестокий характер японцев.

Также автор демонстрирует проявление данной характеристики в следующем примере, где подчеркивает, что в силу своей жестокости японцы приобщаются только к сильным, а слабых (по их мнению) презирают:

- 他们骨子里崇尚强者，鄙视同情弱者。 / Они защищают *сильных духом и презирают слабых, которые им не сочувствуют.*

- 这是日本传统文化中的民族特点，弱肉强食。 / Это национальная черта традиционной японской культуры, мясо слабого – пища сильного.

Следующая характеристика, которая близка по значению с тактикой фактов является также тактика приведения примера, за счет которой автор на реальном примере отображает проявление той или иной характеристики, используя эпитеты с негативной коннотацией, такие как 残忍 «безжалостный», «жестокий», «зверский», 阴暗的 «темный», «мрачный», 阴灰灰的 «темный», «коварный», 恶魔转世 «переродившийся демон»:

- 日本非常残忍，因为喜欢吃鱼生，就大肆捕捞海洋生物，尤其是鲸鱼。自己附近的捕杀完了，就远洋作业跑到别人地盘的附近捕捞。而且日本人还喜欢生吃海鲜，非常血腥。<...> 我们一般吃的是自己养殖的，而且对海洋生物有休渔期，并定期投放育苗，以保持生态平衡，日本则只会一味捕杀。 / Япония очень *жестока*. Поскольку она любит есть сырую рыбу, она занимается ловлей морских обитателей, особенно китов. После того как охота и убийства в его собственной местности закончились, он отправился на чужую территорию, чтобы порыбачить в океане. А еще японцы любят есть морепродукты в сыром виде, которые очень сочные. <...> Мы, как правило, выращиваем продукты собственного производства, у нас есть сезон запрета на ловлю рыбы, чтобы вырастить мальков и сохранить поддержание экологического баланса. Япония только и делает, что охотится.

- 日本人，其实吧整个人种都是阴暗的，阴灰灰的！！看看他们表现出来的文化，到处都是阴间文化，还有性格挺极端的，那就是一帮恶魔转世。 / Японская раса в большинстве **темная и мрачная!** Посмотрите на культуру, которую они демонстрируют. Преступный мир существует повсюду, и в нем есть жестокие личности. Это **сборище перевоплотившихся демонов.**

- 爷孙俩连同战俘们一起被残忍处决。 / Дед и внучка были **зверски казнены** вместе с солдатами.

Для связи характеристики и примера в некоторых случаях автор применяет средства когезии: «Япония очень **жестока. Поскольку** она любит есть сырую рыбу, **она занимается ловлей морских обитателей, особенно китов**», «Японская раса в большинстве **темная и мрачная! Посмотрите на культуру**, которую они демонстрируют»

Также автор противопоставляет японцев китайцам, подчеркивая, что китайцы не такие жестокие, как японцы: «**Мы, как правило, выращиваем продукты собственного производства, у нас есть сезон запрета на ловлю рыбы**, чтобы вырастить мальков и сохранить поддержание экологического баланса. **Япония только и делает, что охотится**»

Противопоставление также выражается тактикой контраста, когда автор не только противопоставляет себя другому, а противопоставляет положительные и отрицательные качества, оставляя акцент на отрицательных:

- 他们可以把**婴儿的头割下挑在刺刀上当玩具**同时还露出一股**阴森的微笑**，可他们在上战场之前也是一个普通人是与某位女士十分恩爱的丈夫，是某个孩子眼中和可敬的父亲。 / Они могут **отрезать голову ребенку** и использовать ее как игрушку штыком, при этом **мрачно улыбаясь**, но до того, как отправиться на поле боя, они тоже были обычными людьми. Они были любящими мужьями для какой-то леди и уважаемыми отцами в глазах ребенка.

Также проявлением жестокости автор считает факт того, что японцы сбросили в воду ядерные отходы:

- 日本人是个极端两面性民族，一面穿着一尘不染，街道整洁如新，一面却把核污染水公然排海，一面自诩追求极致诚信至上，一面却委曲事实，隐瞒真相，一面总是彬彬有礼鞠躬微笑，一面却侵杀戮，无耻无礼，一面是绝不要给别人添麻烦的印象，一面是要全世界为它的错误买单，可悲的是有些人只看到乔装的一面发出由衷的赞美：这是一个多么自律，礼貌，高素质民族。 / Японцы – чрезвычайно двуличный народ. *С одной стороны они безупречно одеваются, а их улицы чисты, как новенькие. С другой стороны, они открыто сбрасывают в море воду, загрязненную ядерным оружием.* С одной стороны, они хвастаются тем, что стремятся к абсолютной честности. С другой стороны, они искажают факты и скрывают правду. С одной стороны, они всегда вежливо кланяются и улыбаются, но при этом агрессивны и бесстыдны. С одной стороны, они никогда не должны создавать у других впечатление, что создают проблемы, а с другой стороны, они хотят, чтобы весь мир платил за свои ошибки. К сожалению, некоторые из них люди видят только скрытую сторону и делают искренние комплименты: какая это дисциплинированная, вежливая и качественная нация!

Упоминание группировки якудза также отсылает к характеристике жестокость:

- 日本人也比较喜欢樱花吗?你看他们那种极道组织的。 / Японцы любят смотреть на цветущую сакуру? Но посмотрите на *организованную ими группировку якудза.*

- 菊刀文化；表面菊花一样文质彬彬，内心是泯灭人性；大家需要心知肚明。 / Культура ножа и хризантемы: внешне благовоспитанны, как настоящая хризантема, но в глубине души *лишены человечности*, каждый должен осознавать это.

Так, автор использует не только эпитеты, но и за счет использования примеров демонстрирует проявление данной характеристики.

Кроме вышеизложенных тактик некоторые пользователи также используют тактики обвинения и побуждения, выражая определенный протест

и негативное отношение по отношению к японцам. Тактика обвинения выражается за счет использования эпитетов с негативной коннотацией с целью оскорбления, таких как 缺德 «бесстыжие», «бессовестные», «гнуемые», «неэтичные», 豺狼 «шакал», 鬼子 «демон», «дьявол», а также побуждением, выражающимся в повелительном наклонении посредством знаков восклицания:

- 小鬼子真他娘缺德! / Эти *япошки* такие *гнуемые*!
- 不管日本人怎么样, 残狼是他们本性, 永远不要因为豺狼而动恻隐之心, 温柔的背后等待着致命一击! / Какими бы ни были японцы, *жестокость – их природа. Никогда не проявляйте сострадания из-за шакала.* За мягкостью скрывается смертельный удар!
- 日本人豺狼本性难移, 它所有的"文明"表现都是在为食人伪装着。有能力灭它时, 一定不得手软。要先下手为强! / *Природу японского шакала трудно изменить*, и все его «цивилизованные» проявления маскируются под каннибализм. Когда у вас есть возможность уничтожить его, вы не должны быть мягкими. *Мы должны проявить инициативу!*

- 不要对鬼子印象好。 / Не нужно относиться к дьяволам хорошо.

В следующем примере автор не использует прямых эпитетов в значении оскорбления, однако автор выражает собственные эмоции по отношению к жестокому поступку, который японцы совершили, тем самым также реализуя тактику обвинения. Так под «человеком» автор подразумевает именно японцев:

- 真正的无力感, 庆幸我见过漂亮干净的海洋, 我气愤再也见不到如此纯净的蓝色, 我无比愤怒人为的恶意的损害这片生命起源之地, 又痛心什么也做不了。 / Настоящее чувство бессилия, к счастью, я увидел прекрасный и чистый океан, *я зол*, что никогда больше не увижу такой чистой синевы, *я чрезвычайно зол из-за того, что человек нанес злонамеренный*

*ущерб этому месту зарождения жизни*, и мне грустно, что я ничего не могу сделать.

Рассмотрим также неязыковые средства формирования медиобраза. Стоит отметить, что в большинстве видеороликов интонация авторов отличается энергичным и агрессивным характером. Авторы говорят громко, отчетливо, выражая эмоции злости, обиды или негодования.

Некоторые ролики дополнительно сопровождаются изображениями или видеорядом с жестоким содержанием (преимущественно, характеризуя жестокость японцев авторы используют архивные кадры или отрывки из кинохроники со времен Второй Мировой Войны, когда Китай находился под экспансией Японии, и над китайскими гражданами осуществлялись различные жестокие действия). Таким образом авторы осуществляют манипулятивное воздействие, отождествляя современных японцев с их предками и присваивая им те же характеристики.

Музыкальное сопровождение также является одним из невербальных средств воздействия. В большинстве случаев, в видеороликах авторы используют трагичную музыку, зачастую, инструментальную, посредством которой реципиент начинает чувствовать ощущение грусти, тревожности, иногда обиды и злости по отношению к японцам.

Рассмотрим примеры постов, включающих изображения.

Так, автор оставляет под постом изображение кита с текстовым содержанием (см. Рис. 1):



Рисунок 1. Япония начинает охоту на усатых китов. Мы призываем к тому, чтобы японцы были убиты. Их нужно приговорить к смертной казни.

Кроме реализации тактики угрозы и побуждения «Мы призываем к тому, чтобы японцы были убиты», на изображении также имеется фотография усатого кита, отсылающая к событиям, связанным с выбросом ядерных отходов японцами в океан в 2023 г. Данное изображение также является одним из средств манипулятивного воздействия на эмоции реципиента за счет акцентирования внимания на жестокости японцев. Текст на изображении выделен яркими цветами с целью обратить внимание аудитории на данный конфликт, в результате осуществляя дискредитирование японцев.

В отношении данного конфликта рассмотрим следующий пример (см. Рис. 2). На изображении представлен японец, выливающий ядерные отходы в океан. На изображении не представлено текстовых элементов, тем не менее изображение отчетливо передает контекст ситуации за счет символики (так, например, на канистре расположен флаг Японии). Изображение является красочным, и цвета также передают определенные эмоции (например, ярко-зеленый отображает токсичность данного вещества и его опасность для океана).



Рисунок 2.

К примеру прилагается графический элемент, на котором изображен китаец, который пинает ногой флаг Японии, тем самым демонстрируя пренебрежительное и негативное отношение к японцам (см. Рис. 3).



Рис. 3. Пошли япошки к черту

Таким образом, в рамках тематической группы «жестокость» преобладают такие тактики, как наклеивание ярлыков, тактика фактов, тактика приведения примеров, тактика контраста, тактика обвинения, побуждения и в немногочисленных случаях тактика угрозы, отражающие в большинстве случаев стратегию дискредитации и негативной репрезентации (см. Приложение А). Авторы материалов часто используют исторические факты и приемы манипулятивного воздействия, для того чтобы дискредитировать японцев и сформировать определенные установки у реципиентов. Кроме исторических предпосылок, связанных с временами Второй Мировой Войны «жестокость» японцев часто упоминают в контексте ситуации, связанной с выбросом ядерных отходов в океан.

Также были выделены определенные лексемы, входящие в данную тематическую группу. К ним можно отнести такие синонимы как «дьявол», «демон», «япошка», «шакал», «бесчеловечный», «кровожадный», «мрачный», «агрессор», «монстр», «захватчик».

### 2.2.2. Тематическая группа «вежливость» как составляющая характеристика медиобраза японца

В ходе анализа характеристика «вежливость» является одной из наиболее частотных, тем не менее в китайском медиапространстве вежливость японцев понимают с разных сторон. С одной стороны данная характеристика признается положительной, с другой – более отрицательной,

так, в большинстве случаев данная характеристика рассматривается с точки зрения информационно-интерпретационной стратегии и стратегии положительной репрезентации, но в некоторых случаях с позиции стратегии негативной репрезентации. Рассмотрим различные аспекты данной характеристики.

Так, в некоторых случаях вежливость воспринимается как проявление доброжелательности и дружелюбия. К вежливости приравниваются такие характеристики, как 友好 «дружелюбный», 友善 «дружественный», 和蔼 «доброжелательный», «приветливый», 明亮 «светлый», «понятный», «доброжелательный». Так, посредством данных лексем реализуются сразу две стратегии, такие как информационно-интерпретационная и стратегия положительной репрезентации:

- 日本人还是比较友好不管是学依老师呢, 政府的单位的公务员或者是左部右舍都非常友善。 / Японцы по-прежнему более *дружелюбны*, будь то учитель школе, государственный служащий в правительстве или соседи, все они очень *дружелюбны*.

- 日本人很有礼貌, 这体现在邻里和人际关系上。 / Японцы очень *вежливы*, что *отражается на соседстве и межличностных отношениях*.

- 日本人总是保持着一种和蔼可亲的态度对待每个人都非常礼貌。 / Японцы всегда сохраняют *дружелюбное* отношение и обращаются со всеми очень *вежливо*.

- 他们的眼睛清澈明亮民动没有充满故意的繁气。 / У них *доброжелательный взгляд*, и у них нет предвзятого отношения к другим.

В данном примере также японская вежливость отождествляется с приветливостью:

- 如果长时间注视一个日本人的眼睛十个人当中借计会有 9 个人会向你主动点头。 / Если вы будете долго смотреть в глаза японцу, *9 из 10 человек проявят инициативу и кивнут вам*.

Тем не менее в большинстве случаев китайцы воспринимают вежливость японцев как лицемерие, исходя из чего можно сделать вывод, что несмотря на вежливость японцев китайцы считают их неискренними и фальшивыми. Для обозначения «поверхностности» используется такая лексема, как 表面 «снаружи», также используются такие эпитеты, как 假的 «поддельный», «искусственный», «фальшивый», 假客气 «фальшиво вежливый», 虚伪 «лицемерный», 面子文化 «культура лица», 表面文化 «поверхностная культура». Под лицемерной вежливостью понимают двойственность характера японцев, в связи с чем используется прием противопоставления:

- 日本人表面客氣日常相處沒啥問題，但要成真心相待難度還是挺有的。 / Японцы *на первый взгляд вежливы*, и нет ничего плохого в том, чтобы каждый день ладить друг с другом, но все равно им *довольно сложно относиться друг к другу искренне*.

- 来日本旅行你会发现日本人很夸人，克接触久了才发现日本人只是表面上维持着礼貌和修养。 / Когда вы приедете в Японию, вы обнаружите, что японцы очень *любезны*. После длительного общения вы обнаружите, что японцы только *внешне вежливы и воспитаны*.

Следующие примеры можно отнести к стратегии негативной репрезентации, так как несмотря на то, что упоминается вежливость японцев, тем не менее используются различные лексемы с негативной и, в некоторых случаях, с оттенком оскорбления:

- 日本民族是一个可怕的民族，狡猾，奸诈，邪恶，凶残，不达目的不罢休，表面的彬彬有礼都是假的，内心深埋着嗜血的本性。比恶狼还可怕，因为日本人表面是一个彬彬有礼，高素质的民族，可骨子里却是相反的。 / Японская нация – ужасная нация. Она хитра, вероломна, зла и свирепа. Она не остановится, пока не достигнет своей цели. *Внешняя вежливость фальшива*, а кровожадная натура скрыта глубоко в ее сердце. Это страшнее,

чем волк, потому что внешне японцы – *вежливая и добропорядочная нация, но в глубине души они совсем другие.*

- 日本人很排外的，表面确实有礼貌，但是一转头就会说你坏话。

/ Японцы очень ксенофобны и *внешне действительно вежливы, но они скажут о вас что-нибудь плохое, как только повернут голову.*

- 日本人主要是假客气。/ Японцы в основном *фальшиво вежливы.*

- 日本人到底有多虚伪。/ Японцы очень *лицемерны.*

不能忍受就是面前一套背后一套。私下会说你坏话。但是当面又好得很。/ Невыносимо, когда сначала человек один, а потом оказывается другим. *Он будет говорить о тебе за спиной плохо, но с тобой будет хорошим.*

- 呆久了之后才发现大部分礼貌不过就是表面上的功夫。/ Пробыв

здесь долгое время, я понял, что *большая часть вежливости – это всего лишь поверхностные усилия.*

- 他们的笑容大部分都是装画来的给人一种感觉特别的甜美可爱但

是事实上这是他们在社会上生存的神手段。/ Их *улыбка фальшива* и дает людям ощущение особой милоты и привлекательности, но на самом деле это их средство выживания в обществе.

- 日本人的谢谢和对不起不一定是真诚的。/ Японские

благодарности и извинения *не обязательно искренние.*

- 他们的 «面子文化» 和«表面文化»让他们注重礼貌、冷静，情感

控制。/ Их «*культура лица*» и «*поверхностная культура*» заставляют их *обращать внимание на вежливость, спокойствие и эмоциональный контроль.*

- 你觉得某位日本朋友对你很好，但殊不知他对每一位都很好！即

便是一个不喜欢的人，日本人都会表面上维持和他良好的关系。/ Вы думаете, что некий японский друг относится к вам очень хорошо, но, как всем

известно, *он очень хорошо относится ко всем! Даже если это человек, которому это не нравится, внешне японцы будут поддерживать с ним хорошие отношения.*

Также подчеркивается, что японцы достаточно расплывчаты и двусмысленны в своих высказываниях. Они боятся обидеть других, потому что они достаточно непрямолнейны. Тем не менее данная особенность не рассматривается как положительная или отрицательная.

- 日本人说话爱拐弯抹角。 / Японцы любят *ходить вокруг да около, когда говорят.*

- 他们常常使用模糊的语言。 / Они часто используют *расплывчатые формулировки.*

В некоторых случаях используется тактика сопоставления, посредством которой реализуется стратегия негативной репрезентации (акцентирования на чужих недостатках и своих достоинствах):

- 对于中国人来说尊严很重要所以一般不会点头哈腰，咱们比较轻松，而日本人却不一样。<...>中国人说不去就不去说不干就不干。<...>日本人呢就不会这样。他会用非常委婉模期的话，说一大堆。如果你耐心不够的话你都不知道他说的到底是啥。 / Для китайцев очень важно чувство собственного достоинства, поэтому они обычно не кланяются. Мы более расслаблены, но японцы другие. <...> Если китайцы говорят, что они не пойдут, они не пойдут, а если они чего-то не делают, они этого не делают. <...> К японцам это не относится. *Они будут говорить очень деликатно и очень много.* Если вы недостаточно терпеливы, *вы даже не поймете, о чем они говорят.*

- 中国人和日本人有个非常鲜明的对比，那就是中国人喜欢黑白，而日本人非常暧昧。 / Между китайцами и японцами существует очень резкий контраст, если китайцы уходят в крайности, то японцы очень *неоднозначны.*

Стоит отметить, что для некоторых китайцев проявление поверхностной вежливости со стороны японцев является хорошим признаком, так как «поверхностная вежливость» заставляет их чувствовать себя увереннее, даже несмотря на то, что это неискренне. Так, упоминание данной характеристики в некоторых случаях рассматривается с позиции реализации стратегии положительной репрезентации:

- 虽然很多人说日本人虚伪但如果老师虚伪地夸我还是好开心。 / Хотя многие говорят, что японцы лицемерны, *я все равно очень радуюсь, если учитель лицемерно хвалит меня.*

- 日本人确实虚伪但是人家表面功夫让你极度被尊重和舒适这也是真的牛逼。 / Японцы действительно лицемерны, но *их формальности вызывают к вам огромное уважение и позволяет чувствовать себя комфортно.*

Также вежливость может восприниматься как проявление безразличия. Китайцы воспринимают безразличие в большинстве как отрицательную характеристику, в связи с чем при сопоставлении вежливости и безразличия китайцы определяют вежливость также посредством стратегии негативной репрезентации:

- 日本人总是保持着一种和蔼可亲的态度对待每个人都非常礼貌 <...>可时间长了才发现日本人往往只是在表面上维持着礼貌并不真正关心对方的感受。 / Японцы всегда сохраняют дружелюбное отношение и обращаются со всеми очень *вежливо* <...> Но спустя какое-то время вы поймете, что японцы часто просто *вежливы внешне и на самом деле не заботятся о чувствах друг друга.*

- 他们对外来者保持着礼貌客气和距离对于身边人和自己却又«冷漠»的彻底。 / Они соблюдают *вежливость* и дистанцию с посторонними, но совершенно «*безразличны*» к окружающим людям и к самим себе.

- 日本人表面热情，内心非常冷漠。与日本人交谈，会发现日本人很会赞美别人，且女性经常会挂满微笑。很多中国人会对此抱有好感，实则不然，日本人私下反感别人打扰，对对方有另一种评价，一般人很难和日本人做朋友。/ Японцы *на первый взгляд очень любезные, но в глубине души они очень равнодушны*. Поговорив с японцами, вы обнаружите, что японцы очень хорошо умеют делать комплименты другим, а женщины часто улыбаются. У многих китайцев это произведет хорошее впечатление, но на самом деле это не так. Японцы в глубине души обижаются, когда их беспокоят другие, и по-другому оценивают друг друга. Обычным людям трудно дружить с японцами.

- 在这边生活就会发现日剧里都是假的，什么勇气，朋友，守护，青春，亲密关系。正是因为他们生活中缺乏才会在影视作品中极力表现以填补国民冷漠的内心。都是假的！日本人说白了两个字：冷漠。/ В реальной жизни вы обнаружите, что все японские драмы – фальшивка, что там за мужество, друзья, охрана, молодость и близость. Именно из-за их отсутствия в их жизни они будут стараться изо всех сил выразить себя в кино- и по телевизору чтобы заполнить равнодушные сердца людей. *Это все фальшь! Японцев можно описать одним словом: безразличие.*

- 日本人的礼貌简直就像一朵没有芬芳的花。/ Японская *вежливость подобна цветку без аромата*.

В данном случае автор использует метафору отождествляя «вежливость» с «цветком без аромата», подразумевая, что вежливость – это лишь внешнее проявление, и за ней ничего не стоит. Данный пример также подчеркивает безразличие японцев к другим.

Вежливость ассоциируют с этикетом и манерами. Японцы имеют определенные привычки и правила этикета, так, чаще всего китайцы упоминают такие жесты, как кивок и поклон. Тем не менее в данном примере также продемонстрирован формальный характер данных привычек. Китайцы

отмечают, что японцы кланяются часто, но в большинстве случаев не потому, что они выражают извинение или почтение, а потому что так принято в данном обществе:

- 日本人非常讲究礼仪，见面都彬彬有礼，基本低头腰微倾示意打招呼。这是由中国古代的抱拳叩首演化而来。武士如果受羞辱或挫折会切腹自杀，也是学习了古人士可杀不可辱的精神。/ Японцы уделяют большое внимание этикету, и при встрече они вежливы. В основном они склоняют голову и слегка наклоняются, чтобы поздороваться. Это развилось из древней китайской практики малого поклона и простирания. Если самурай опозорен или потерпел поражение, он совершает самоубийство путем сэппуку (харакири), следуя духу древнего народа, который мог убивать и не мог подвергаться унижению.

- 日本人呢就是表面上非常有礼貌，非常谦逊，但是做错了事呢就只会鞠躬。除了鞠躬呢也不会做什么实际性的事情去弥补。/ Японцы внешне очень вежливы и скромны, но кланяются они только тогда, когда делают что-то не так. Кроме поклона, он не сделает ничего практического, чтобы загладить свою вину.

- 看到日本人下跪，想必每一个中国人都«无比舒适»，在中国人的传统观念是男儿膝下有黄金，不能轻易给别人下跪，但是日本人动不动就下跪。/ Видя, как японцы преклоняют колени, каждый китаец, должно быть, чувствует себя «чрезвычайно комфортно». Традиционная китайская концепция заключается в том, что у мужчин под коленями золото, и им нелегко преклонять колени перед другими, но японцы преклоняют колени при каждом удобном случае.

В некоторых случаях вежливость также ассоциируется с дистанцией:

- 他们看起来客客气气的其实永远都是混不熟。/ Они кажутся вежливыми, но никогда не подпустят к себе.

Рассмотрим также невербальные материалы, относящиеся к данной тематической группе.

В следующем примере к посту прилагается изображение (см. Рис. 4), на котором изображены два человека, которые осуществляют поклон. Персонажи одеты в униформу, что также отсылает к стереотипу, что японцы всегда выглядят опрятно и носят костюмы. На изображении расположен текст: «Дружелюбны к людям, но не близки». Данный пример демонстрирует, что несмотря на внешнее проявление вежливости и дружелюбия, японцы не подпускают других людей близко, что отражает их закрытость и замкнутость.

**对人“友善”  
但不亲近**



Рисунок 4. Дружелюбны к людям, но не близки.

Стоит отметить, что невербальная составляющая в видеороликах не играет значительной роли в воздействии на реципиента. В большинстве примеров используются стоковые видео-отрывки, демонстрирующие японцев в их повседневной жизни. Однако посредством использования данных материалов автор тем самым отображает, что присущие характеристики относятся не только к отдельным личностям, но свойственны всей нации, формируя данное представление в сознании у зрителя.

В некоторых случаях, авторы не используют видеоряд, но выступают в ролике лично, комментируя поведение японцев и рассказывая истории из личного опыта, подтверждающие данные особенности. За счет данного формата автор вызывает больше доверия у аудитории и получает больше откликов, так как реципиент ощущает большую эмоциональную связь с автором.

Сами ролики сопровождаются субтитрами, так как темп речи авторов является быстрым, а интонация нейтральной. В данных роликах авторы не выражают ярких эмоций и лишь делятся собственным опытом. Так, можно сделать вывод, что несмотря на рассмотрение характеристики «вежливость» как с негативной, так и с положительной стороны, авторы не дают однозначной оценки и не реагируют эмоционально.

Таким образом, вежливость японцев для китайцев воспринимается по-разному. Характеристика «вежливость» отображается и как положительная, нейтральная, и как отрицательная. Преимущественно при упоминании данной характеристики используются такие стратегии, как информационно-интерпретационная, стратегия положительной репрезентации, так и в некоторых случаях как стратегия негативной репрезентации (см. Приложение А). С одной стороны, китайцы считают, что японцы дружелюбны, любезны, а проявление этикета и поверхностной вежливости заставляет других людей чувствовать себя с ними комфортно. С другой стороны, в примерах вежливость часто приравнивается к лицемерию, фальшивости, безразличием и дистанцированием.

### 2.2.3. Тематическая группа «я – член коллектива» как составляющая характеристика медиобраза японца

Коллективизм является одной из главных концепций в Китае и Японии. Однако характер коллективизма в данных странах отличается, и зачастую китайцы противопоставляют себя японцам. Тем не менее черта «коллективности» в китайском сознании не воспринимается с негативной или положительной стороны, и имеет нейтральный характер, в связи с чем демонстрация данной особенности рассматривается с позиции информационно-интерпретационной стратегии преимущественно посредством тактик приведения примера и сопоставления. Рассмотрим

интерпретации данной характеристики на примерах материалов и комментариев Интернет-пользователей.

Стоит отметить, что большинство японцев воспринимают себя как часть общего коллектива и в отличие от китайцев не позволяют выделяться и «выбиваться» из данного коллектива:

- 在日本人看来我是集体中的一员，我不能出风头要和其他人保持一致。 / В глазах японцев *я – член коллектива, и я не могу выделяться и должен быть един с остальными.*

Синонимом коллективности выступает принцип 合群 «единение», «братство», «потребность в жизни сообща»:

- 在日本，「合群」是大家评估一个人的重要标准，你的一言一行，一举一动都应该符合这个集体的要求。 / В Японии «единение» – *важный критерий*, по которому каждый оценивает человека, ваши слова, поступки и каждое движение должны соответствовать требованиям этого «коллектива».

Принцип единения отражается и в следующем примере:

- 整个日本就像一台飞速运转但从不会卡壳的机器。 / *Вся Япония похожа на машину*, которая работает быстро, но никогда не перестает работать.

В примере автор использует средство сравнения, отождествляя Японию с машиной, тем самым подчеркивая данный принцип. Из чего можно сделать вывод, что отдельный японец является составляющей общего коллективного механизма.

Исходя из данного принципа коллективности проявление индивидуализма в определенном смысле недопустимо. Именно поэтому японцы боятся совершать ошибки и избегают лишней ответственности. Рассмотрим пример, в котором автор иллюстрирует данную характеристику посредством тактики приведения примера:

• 日方董事长：向您通报一下与贵公司的合作项目已经得到了我公司董事会的批准。 / Председатель японской стороны: Я хотел бы сообщить вам, что проект сотрудничества с вашей компанией *был одобрен советом директоров нашей компании*.

• 中方董事长：也就是说董事长您批准了，对吗？ / Председатель китайской стороны: Другими словами, председатель, *вы* одобрили это, верно?

• 日方董事长：项目是由我公司董事会批准的。 / Председатель японской стороны: Проект был одобрен *советом директоров нашей компании*.

• 中方董事长：但是，您就是公司董事会的最高负责人所以项目还是要得到您的批准响？ / Председатель китайской стороны: Однако *вы* являетесь *самым высокопоставленным лицом* в совете директоров компании, поэтому проект все равно должен быть одобрен *вами*?

• 日方董事长：应该是得到了董事会的批准。 / Председатель японской стороны: Это должно было быть одобрено *советом директоров*.

• 中方董事长：难道，董事长长您个人是持反对意见的吗？ / Председатель китайской стороны: Возможно ли, председатель, что *у вас лично есть возражения*?

• 日方董事长：我只能说是我公司董事会批准的这个项目。 / Председатель японской стороны: Я могу только сказать, что *этот проект был одобрен советом директоров* нашей компании.

Автор комментирует данный пример следующим образом:

• 换到日语的表达通常就会是«某项目董事会批准了», 那到底是谁批准了呢? 没有人。所有人都不想对这个事单独负责。你们要在一个集体的后面, 还要解在宾语的位置才有安全感。 / В японском языке обычно это звучит так: «Проект был одобрен советом директоров», так кто же его одобрил? Никто. *Никто не хочет нести единоличную ответственность за это дело.*

***Вы должны находиться за коллективом и понимать положение объекта, чтобы чувствовать себя в безопасности.***

Автор посредством данного примера демонстрирует, что коллектив является гарантом безопасности, в следствии чего каждый человек должен находится в рамках коллектива и не проявлять личную инициативу, иначе в случае неудачи такое проявление будет подвержено общественному порицанию.

Это отражается и в последующем примере:

- ***他们始终不愿意反过来主动。*** / Они ***никогда не проявляют желания проявить инициативу*** в свою очередь.

Также автор реализует тактику сопоставления, подчеркивая, что китайцы в отличии от японцев другие, что отражается в китайском и японском языках:

- ***这一点也很明显地体现在国语的表达习惯中。我们中国人说话«你、我、他»之类的人称代词，但是日语不同。日语很少用到人称代词当主语。比如，我们中国人说«我把饭做好了», 日本人说话就直接把我字省了说«饭做好了»。*** / Это также четко отражено в привычках мандаринского языка выражать свои мысли. ***Мы, китайцы, употребляем личные местоимения, такие как «ты, я и он», но в японском языке все по-другому.*** Японцы редко используют личные местоимения в качестве подлежащего. Например, когда мы, китайцы, говорим: «Я приготовил еду», японцы просто говорят: «Еда готова», опуская личные местоимения.

В следующих примерах авторы демонстрируют важность нахождения в коллективе и опасность общественного порицания, подчеркивая, что если индивид не соответствует коллективу, то он является «чужаком»:

- ***如果你打破了«集体»下的秩序就会遭到其他成员的视。*** / Если вы ***нарушите порядок в «коллективе», на вас будут смотреть другие участники.***

- 语言不能杀死你但眼神可以。 / Язык не может убить тебя, но глаза могут.

В данном случае автор использует метафору, используя лексему «глаза» как символ общества и общественного мнения.

- 日本人的个性比较的内欲不张扬, 注重集体, 尽量保精跟大家的一样或同调, 不希望突出与与众不同。 / Японцы относительно скромные, для них важен коллектив, и *они стараются соответствовать этому коллективу, как и все остальные, и не хотят выделяться из толпы.*

- 集体意识发展到极点就是日本现在的样子, 他们在生活和工作中几乎不允许出现与大多数人不同的异类。 / Сейчас в Японии до крайности развито коллективное сознание, *они почти не допускают чужаков, которые отличаются от большинства людей, в свою жизнь и работу.*

- 日本人注重遵守规则和秩序, 强调集体利益和社会和谐, 同时避免引起他人的注意或困扰。 / Японцы *уделяют внимание соблюдению правил и порядка, подчеркивают коллективные интересы и социальную гармонию*, избегая при этом привлекать внимание или огорчать других.

В результате формирования «коллективного сознания» наряду с этим сформировалась культура стыда:

- 在这种文化中, 个人往往会感到羞耻和尴尬, 如果他们的行为被认为违反了社会规范或道德准则。 / В этой культуре люди, как правило, испытывают *стыд и смущение*, если считается, что их поведение нарушает социальные или этические нормы.

В качестве примера рассмотрим изображение, иллюстрирующее характеристику стыда (см. Рис. 5). Так, на данной картинке изображен японец, за спиной которого стоит человек с кинжалом, отражающий общественный контроль:



Рисунок 5. Японская культура стыда.

Так как японцы избегают осуждения и общественного порицания, они вынуждены себя подавлять:

- 日本人«高素质»的外在表现本质上是集体生活中的被迫自我压抑。 / У японцев «высокие внешние качества» – это, по сути, *вынужденное самоподавление* в коллективной жизни.

Под «высокими внешними качествами» автор понимает такие свойственные японцам характеристики, как вежливость, этикет и скромность.

Также автор выделяет, что если человек находится в «коллективе», то он не только не подвержен общественному порицанию, но и получает больше возможностей. Автор аргументирует свое высказывание приведением исторических фактов:

- 他们的祖先时刻要为自己的生计发愁因此抱团取暖成为了他们的必选项，只有依附于集体才有更大的可能性活下去。 / Их предкам всегда приходилось заботиться о средствах к существованию, поэтому собираться группой стало для них обязательным вариантом, *только будучи привязанным к коллективу можно получить больше возможностей для жизни.*

Так, автор подчеркивает, что на основании данного принципа «коллективное сознание» стало основой японского общества:

- 集体意识已经深深的刻在了日本人骨里。 / *Коллективное сознание* глубоко запечатлелось в сознании японцев.

Подчеркивается также важность внешнего вида и поведения. Отмечается, что японцы, избегая общественного порицания, уделяют внешним проявлениям особое внимание:

- 在日本社会中，人们常常将他人的评价看得很重要，特别是对自己的行为和外貌进行评判。 / В японском обществе *люди часто считают очень важной оценку окружающих, особенно оценку своего собственного поведения и внешнего вида.*

Так, в следующем предложении автор приводит пример:

- 在日本，如果女生出门不化妆是一件不礼貌的行为。如果没有化妆，那么出门是一定要戴口罩的，目的是为了防止别人看出自己没有化妆气色不好。 / В Японии *считается невежливым, когда девушка выходит на улицу без макияжа.* Если у вас нет макияжа, вы должны надевать маску, когда выходите на улицу. Цель состоит в том, чтобы окружающие не увидели, что вы плохо выглядите без макияжа.

- 日本人爱打扮不管男女。 / Японцы *любят наряжаться* независимо от того, мужчины это или женщины.

Подчеркивается также важность однообразия и однородного внешнего вида:

- 日本人总是穿的西装笔挺，仿佛是公司为员工统一购买的工作服。 / Японцы всегда носят строгий костюм, как будто это униформа, купленная компанией для сотрудников.

Внешнее поведение также подвержено контролю:

- 日本人以谨慎小心礼貌著名，在公众场合说话声音也不会很大。 / Японцы известны *своей осторожностью и вежливостью, и они не говорят громко на публике.*

Стоит отметить, что несмотря на то, что коллективность не подразумевает под собой проявления личной инициативы, а в вышеизложенных примерах представлена характеристика избегания

ответственности, в некоторых примерах, напротив, утверждается, что в следствии развития коллективного сознания у японцев развита самостоятельность и независимость:

- 日本社会注重集体主义和群体认同, 也强调独立性和个人责任, 导致他们更倾向于独自解决问题, 以展现个体的坚强和自主性。/ Японское общество уделяет внимание *коллективизму и групповой идентичности, а также независимости и личной ответственности*, что делает их более склонными решать проблемы в одиночку, чтобы продемонстрировать индивидуальную силу и автономию.

- 所有日本人都很自私的且独立。/ Все японцы эгоистичны и независимы.

- 日本人自己能做的事情一定不会去找朋友帮忙。/ Японцы определенно не станут просить друзей о помощи в том, что они могут сделать сами.

Из этого следует, что на данный момент отмечается развитие тенденции индивидуализма:

- 然而, 需要指出的是, 日本社会也在不断演变和变化, 新一代的年轻人可能对传统的耻文化价值观持有不同的态度。个体主义和西方文化的影响也在逐渐增加, 对于个人表达和独立思考的重视程度有所增加。/ Однако следует отметить, что японское общество также постоянно развивается и меняется, и новое поколение молодых людей может по-другому относиться к традиционным японским культурным ценностям. *Влияние индивидуализма и западной культуры также постепенно усиливается, а также усиливается акцент на самовыражении и независимом мышлении.*

При анализе невербальных маркеров в рамках данной тематической группы можно отметить, что для демонстрации «коллективности» авторы роликов зачастую используют кадры, демонстрирующие толпы японцев на улицах, в очереди или метро. Несмотря на то, что данные кадры не несут

значительной смысловой нагрузки, тем не менее посредством данного невербального маркера у реципиента создается ассоциация японца, как члена «коллектива».

Таким образом, преимущественно китайцы не воспринимают характеристику коллективного мышления как отрицательную или положительную, однако посредством приведения примеров и сопоставления отмечают особенности проявления коллективизма в китайской и японской культуре, в соответствии с чем реализуют информационно-интерпретационную стратегию (см. Приложение А).

Отмечается, что в следствии коллективизма японцы подавляют себя, стараются придерживаться правил, установленных в рамках коллектива, в некоторых случаях избегать ответственности в принятии коллективных решений, не проявляя инициативы или проявлять, напротив, независимость в решении собственных проблем.

#### 2.2.4. Тематическая группа «полярность» как составляющая характеристика медиобраза японца

Ранее мы рассматривали тематическую группу «вежливость», в которой отразили, что вежливость японцев понимается с разных сторон.

Характеристика «полярность» также имеет различные интерпретации. Под полярностью китайцы понимают двойственность характера японцев в различных аспектах. В большинстве двойственность воспринимается как негативная характеристика, и данную характеристику упоминают при реализации стратегии негативной репрезентации.

Двойственность выражается различными лексемами, так, часто используется такие, как 双重性格 «дуальный», «двойственный», 两面性 «двойственный», 双重人格 «двойственный», 双面人 «двуличный», 两面派 «обманщик», «лицемер», «двуличный», «двурушник». Китайцы отмечают, что

из-за данной характеристики с китайцами сложно дружить, общаться, так как данная характеристика «сбивает с толку»:

- 日本人的双重性格两面性有时候真的会让人很懵。 /

*Раздвоенность* личности японцев иногда действительно *сбивает с толку*.

В некоторых примерах двойственность понимают как двуличность или лицемерие. Данные примеры можно отнести к проявлению стратегии негативной репрезентации, так как в данном случае лицемерие и двуличность воспринимаются с негативной коннотацией. Авторы зачастую применяют антитезу, реализуя тактику поляризации:

- 日本人是典型的«双重人格» <...> 跟你鞠躬的时候彬彬有礼，说话的那种眼神表真的我们觉得哎呀君子风范啊贵族风范都能体现出来。但是他心里边会用最恶毒的语言来咒骂你。 / Японец – типичная «раздвоенная личность» <...> *Когда они кланяются вам, они вежливые*, и их взгляд, все это на самом деле является проявлением хороших манер и аристократического поведения. Но *в глубине души он будет ругать вас самыми злобными словами!*

- 日本人本性就这样，跟压力大不大没啥关系，他们就是两面派，表面上挺好的，心里想你死! / Такова природа японцев. Это не имеет ничего общего с давлением. *Они двуличны. Внешне они очень хорошие. В глубине души они хотят, чтобы вы умерли!*

- 很多日本人几乎表面上很谦和特别礼貌不给别人添麻烦但是转过身判若两人。 / Многие японцы *внешне очень скромны и вежливы*, не доставляют хлопот другим, но *с другой стороны они совершенно другие*.

В следующем примере автор отождествляет двойственность не только с лицемерием, но и с проявлением жестокость, отсылаясь к историческим событиям и реализуя тактику фактов:

- 显而易见，日本人真如他们表面上的礼貌和善，怎么会有侵华日军的暴虐行径，他们是典型的两面派。 / Очевидно, что японцы *такие*

*вежливые и добрые, какими кажутся. Как они могли допустить тираническое поведение японцев, вторгшихся в Китай? Они типичные двуличные люди.*

В следующем примере автор также оперирует фактами, отсылаясь к конфликту, связанному со сбросом ядерных отходов в океан и подчеркивая лицемерие японцев, а также использует повторные противопоставления посредством выражения *一面 «с одной стороны/с другой стороны»:*

- *日本人是个极端两面性民族，一面穿着一尘不染，街道整洁如新，一面却把核污染水公然排海，一面自诩追求极致诚信至上，一面却委曲事实，隐瞒真相，一面总是彬彬有礼鞠躬微笑，一面却侵杀戮，无耻无礼，一面是绝不要给别人添麻烦的印象，一面是要全世界为它的错误买单，可悲的是有些人只看到乔装的一面发出由衷的赞美：这是一个多么自律，礼貌，高素质民族！ / Японцы – чрезвычайно двуличный народ. С одной стороны они безупречно одеваются, а их улицы чисты, как новенькие. С другой стороны, они открыто сбрасывают в море воду, загрязненную ядерным оружием. С одной стороны, они хвастаются тем, что стремятся к абсолютной честности. С другой стороны, они искажают факты и скрывают правду. С одной стороны, они всегда вежливо кланяются и улыбаются, но при этом агрессивны и бесстыдны. С одной стороны, они никогда не должны создавать у других впечатление, что создают проблемы, а с другой стороны, они хотят, чтобы весь мир платил за свои ошибки. К сожалению, некоторые из них люди видят только скрытую сторону и делают искренние комплименты: какая это дисциплинированная, вежливая и качественная нация!*

Проявление двуличности также рассматривается в контексте взаимоотношений с другими людьми посредством тактики приведения примера:

- *他们对你好的时候不见得他就把你当成朋友了。 / Когда они хорошо к вам относятся, они не обязательно относятся к вам как к другу.*

- 对，他们的表情和内心完全不一致。 / Да, *выражение их лица совершенно не соответствуют тому, что у них внутри.*

- 白天称兄道弟的都哥们，喝酒时候搂脖子喝，第二天见面了可能就不认识你。 / *Днем они называют себя приятелями, братьями, когда выпивают, обнимаются и пьют вместе. Но на следующий день они даже не узнают вас при встрече.*

- 日本人都是双面人。 / Японцы очень *двуличные.*

- 他们经常假笑还很虚伪。表面跟你笑呵呵，转身就丢领导那里告状。 / Они часто ухмыляются и лицемерят. *В лицо они тебе будут посмеиваться, а за спиной пожалуются на тебя.*

- 他们其实个个都是双面人。 / На самом деле все они *двойственные люди.*

В некоторых случаях двойственность понимается в контексте проявление вежливости и одновременно равнодушия. В следующем примере автор использует метафору 铁石心肠 «каменное сердце», «камень, а не человек» в значении проявления равнодушия:

- 在他们谦卑的外表下是一副铁石心肠。 / За их скромной внешностью скрывается *каменное сердце.*

- 日本人总是保持着一种和蔼可亲的态度对待每个人都非常礼貌 <...>可时间长了才发现日本人往往只是在表面上维持着礼貌并不真正关心对方的感受。 / Японцы всегда сохраняют *дружелюбное отношение* и обращаются со всеми очень вежливо <...> Но спустя какое-то время вы поймете, что японцы часто *просто вежливы внешне и на самом деле не заботятся о чувствах друг друга.*

- 他们对外来者保持着礼貌客气和距离对于身边人和自己却又«冷漠»的彻底。 / Они соблюдают *вежливость и дистанцию* с посторонними, но совершенно *«безразличны»* к окружающим людям и к самим себе.

- 日本人很**开放**可他们的性格都比较**害羞内敛**又很注重细节和礼节。 / Японцы очень **открыты**, но по характеру они **застенчивы и сдержанны**, уделяют большое внимание деталям и этикету.

В данном примере под открытостью автор понимает дружелюбие. Тем не менее двойственность выражается в том, что несмотря на то, что на первый взгляд они вежливые, дружелюбные и открытые, они предпочитают сохранять дистанцию в отношениях с другими.

Иногда китайцы понимают под двойственностью японцев их образ жизни. Днем японцы являются вежливыми, дисциплинированными и ответственными, а вечером они любят собираться вместе и отдыхать:

- 因为日本人平时的**生活压力**言的很大所以每个人都需要找一个让自己**释放的方法**。 / Поскольку японцы обычно испытывают **большое давление** в жизни, каждый ищет **способ выдохнуть**.

- 上班时的日本人和下班时候的日本人很明显的呈现出**两个极端**。被工作压迫了一天的人们会在晚上到酒馆放纵消遣。 / Японцы на работе и японцы после работы, очевидно, демонстрируют **две крайности**. Люди, которые были угнетены работой в течение дня, вечером отправятся в таверну, чтобы разогнать тоску.

- 在白天他们彬彬有礼,有非常严格的**群体性和守时观念** <...>下班后就会**放飞自我**,展现出他们**真实的一面**一起上居酒屋,酒吧里聚会。 <...>年轻人**唱多了**,在路边随意**输坐**。 / В течение дня они **вежливы и придерживаются очень строгих представлений о коллективе и пунктуальности**. <...> После окончания работы они **расслабляются и показывают свою истинную сторону**. Отправляются в Изакаю и вместе веселятся в баре. <...> Молодые люди слишком много пьют и по своему желанию сидят на обочине.

Выражение **放飞自我** используется также не только в значении «расслабляться», но и в значении «дать волю, распуститься». В данном

примере автор подчеркивает, что вежливость японцев является только этикетом, на самом деле они любят много пить и из-за общественного давления в периоды отдыха они показывают себя не с лучшей стороны. Это отражается и в следующем примере:

- 日本人特别喜欢喝酒，下班以后不回家，到处喝，有些人经常把自己喝大，错过末班电车打车很贵，有的就直接地上躺一晚，算是日本另一面，这种其实很危险，会被捡。/ Японцы особенно любят выпить. Они не идут домой после работы. *Они пьют везде. Некоторые люди часто напиваются до бесчувствия.* Опоздать на последний трамвай и взять такси дорого. *Некоторые просто валяются на земле в течение целой ночи.* Это другая сторона Японии. Такие вещи на самом деле очень опасны.

К данному примеру также прилагается изображение, которое иллюстрирует данную характеристику (см. Рис. 6):



Рисунок 6. Когда «порядочный» японец напивается.

На изображение представлен коллаж с фотографиями японцев, которые лежат на земле, находясь в нетрезвом состоянии. Данное изображение также является проявлением стратегии негативной репрезентации посредством тактики приведения примера, так как демонстрирует негативные характеристики японцев.

Двойственность японцев проявляется и во взаимоотношении таких характеристик, как благовоспитанность, миролюбивость и жестокость:

- 的确，大部分日本人虽然都和和气气的看起来挺正常的样子。可看过 2chan 的都知道，日本人不为人知的阴暗面其实挺严重的。/

Действительно, хотя большинство японцев *миролюбивы*, они выглядят вполне нормальными. Любой, кто видел 2chan, знает, что неизвестная *темная сторона японцев на самом деле довольно серьезна*.

- 表面很善良 心里面很黑暗。 / Внешне они *добрые*, но в глубине души *мрачные*.

Часто встречается также метафора, описывающая характер японцев как «нож и хризантему». Под «ножом» понимается их жестокость и бесчеловечность, а под «хризантемой» вежливость и благовоспитанность:

- 菊刀文化；表面菊花一样文质彬彬，内心是泯灭人性；大家需要心知肚明。 / *Культура ножа и хризантемы: внешне благовоспитанны, как настоящая хризантема, но в глубине души лишены человечности*, каждый должен осознавать это.

Ранее в тематической группе «жестокость» рассматривалось, что японцам присваивают ярлык «дьявол». В данном примере также подчеркивается двойственность характера японцев:

- 白天是人晚上是鬼。 / Люди днем и дьяволы ночью.

Стоит отметить, что несмотря на обилие негативных коннотаций, связанных с двойственностью японцев встречаются примеры, где противоположные характеристики воспринимаются как положительные, либо нейтральные:

- 他们身上有着许多鲜明而又难以理解的特质，*爱美而赎武尚礼而好斗，喜新而顽固，服从而不驯*。 / У них много отличительных и непостижимых качеств, *они ценят прекрасное, но воинственны, они продвинутые, но консервативные, они смиренные, но не укротимые*.

Рассматривая невербальные компоненты, влияющие на формирование данной характеристики, стоит отметить, что значительную роль играет видеоуровень. При демонстрации данной характеристики авторы используют стоковые видео-отрывки, либо реальные материалы из Интернета и с одной стороны демонстрируют японцев серьезными, деловыми, так на данных видео

японцы одеты в деловые костюмы, идут по делам или работают, а с другой стороны авторы используют отрывки, где японцы собираются в компании, сидят в баре или на обочине, пьют алкоголь или громко смеются. За счет данного подбора видеоряда автор изображает контраст между дневной и вечерней жизнью японцев, иллюстрируя характеристику двойственности. В иных случаях авторы не используют видеоряд и рассказывают истории из личного опыта, тем самым подтверждая данные характеристики на реальном примере и вызывая доверие у аудитории.

Таким образом, можно заключить, что двойственность японцев понимается по-разному. В некоторых случаях китайцы воспринимают двойственность, как лицемерие, иногда двойственность рассматривается с позиции миролюбивости и жестокости, вежливости и равнодушия, открытости и застенчивости, скованности и распушенности. Характеристика двойственности рассматривается как с позиции стратегии негативной репрезентации, так и при реализации информационно-интерпретационной стратегии (см. Приложение А). Основными инструментами для реализации данных стратегий является тактика поляризации, фактов и приведения примера, а также использование антитез и антонимичных эпитетов.

#### 2.2.5. Репрезентация уникальных характеристик, формирующих медиаобраз японца

В данной части мы рассмотрим иные характеристики, упоминаемые в рамках анализа материала и которые являются более малочисленными по сравнению с тематическими группами, рассмотренными ранее.

Так, одной из характеристик является усердие и последовательность в работе. В большинстве случаев данная характеристика рассматривается со стороны положительной репрезентации. Рассмотрим примеры, иллюстрирующие данную характеристику:

- 他们忙碌而有序，懂得谦虚和礼让。 / Они *усердные и последовательные*, умеют быть скромными и вежливыми.

- 执行力日本人是**非常强的**。 / Японцы очень *упорные*.

- 他们就给你执行**非常彻底**。 / Они выполняют все очень *тщательно*.

- 我们现在一提到日本人，很多人对他们的刻板印象往往是一个词**«工匠精神»**，而这个工匠精神的后面隐藏的就是日本人对于**«努力»**这一词的**执念**。 / Когда мы сейчас говорим о японцах, многие люди часто ассоциируют их со словом *«дух мастера»*, и за этим духом мастера скрывается *одержимость «тяжелой работой»*.

- 日本人**强调细节和精确性**。 / Японцы уделяют особое внимание *деталям и точности*.

При упоминании точности автор также приводит пример, в подтверждение данной характеристики:

- 日本人做事**严谨**，所以有很多小而精美耐用的东西，比如电器等。在日本的服务业很体贴，服务人员一直保持微笑，无论动作还是表情非常**细致入微**。 / Японцы *скрупулезны* в изготовлении вещей, поэтому здесь много маленьких, изысканных и долговечных вещей, таких как электроприборы. Индустрия обслуживания в Японии очень внимательна, и обслуживающий персонал приветлив, независимо от их движений или выражения лица, они очень *придирчивы*.

В связи с тем, что японцы последовательны в своей работе, а также отличаются коллективным сознанием, для них важны правила и их полное исполнение:

- 日本人呢亦事就**喜欢严格接规矩来**，想要变通得要把规矩给改了。做事也十分的**严谨**，**追求完美**即便是效率低也要讲究到底。 / Японцы *любят строго следовать правилам*, и если вы хотите их обойти, то сначала вы должны изменить правила. Также они очень *скрупулезны* в делах,

*стремятся выполнить все идеально*, даже если в конце концов это окажется неэффективным.

Также в данном примере автор выделяет такую характеристику, как перфекционизм.

Китайцы противопоставляют себя японцам, акцентируя внимание на их перфекционизме и последовательности:

- 在多数中国人的思维里，只要结果是正确，中间有可以省略的步骤，我们将其省略也是可以的而日本人则不是，凡事都有规矩，做事都必须按照流程行事。 / По мнению большинства китайцев, если результат правильный и есть шаги, которые можно пропустить посередине, то для нас это нормально, но для японцев это не так. *Для всего есть правила, и все должно выполняться в соответствии с ними.*

Рассмотрим также изображение, иллюстрирующее образ усердного японца (см. Рис. 7). На заднем фоне имеется плакат с яркой подписью 合格 в значении «соответствовать требованиям», «выдержать испытания». Данная подпись также указывает на внимание японцев к правилам и их соблюдению:

### 欣赏“努力”的人



Рисунок 7. Человек, любящий трудиться.

Так, для обозначения усердия и скрупулезности японцев используются такие эпитеты и выражения, как 忙碌 «усердно трудиться», «усердный», 有序 «упорядоченный», «последовательный», 强的 «упрямый», «упорный», 彻底 «тщательный», «основательный», 努力 «старательный», «усердный», 细节 «подробный», «детальный», 精确 «точный», 严谨 «скрупулезный»,

«аккуратный», «внимательный», 细致入微 «тщательный до мелочей», 追求完美 «стремление к совершенству». Исходя из представленного материала можно сделать вывод, что данные характеристики в большинстве обладают либо положительной, либо нейтральной коннотацией.

Следующая характеристика, встречающаяся в рамках анализа – дистанция. Под дистанцией часто подразумевают также такие характеристики как замкнутость, слабо выраженный энтузиазм в коммуникации с другими и соблюдение границ с другими:

- 如果你去日本旅行或者工作听到最多的词恐怕只会是«斯米马赛»。  
/ Если вы путешествуете или работаете в Японии, то, вероятно, чаще всего слышите слово «смс».

В данном примере слово «смс» является фонетической калькой из японского языка, и посредством данного слова автор демонстрирует минимальные социальные взаимодействия в коллективе и проявление дистанции с другими людьми:

- 日本人呢对待喜欢与不喜欢的人呢不会表现的都么那显，都是保持着距离的相处，想要一下变得很熟特别的难。不轻易会别人的家里，对待不喜欢的也会很委婉不直接的表达出来。/ Японцы не дают понять, кто им нравится или не нравится. Они всегда *держатся на расстоянии друг от друга. С ними очень сложно познакомиться.* Они не любят ходить в гости к малознакомым людям и будут вежливы и непрямойны даже с людьми, которые им не нравятся.

Также в некоторых примерах реализуется *тактика сопоставления* при реализации информационно-интерпретационной стратегии за счет которой китайцы отмечают культурную разницу между ними. Так, китайцы противопоставляют свой характер, полный энтузиазма, открытый и отзывчивый и характер японцев, которым свойственна замкнутость и изолированность:

- 中国人总是很热情，即使初次见面，只要合得来也能聊得热络，他们还愿意对别人施以援手。而日本人即使是沟通过很多次，也很难拉近双方关系。一旦别人侵犯自己的私人领域，就会变得心情不佳。/ *Китайцы всегда полны энтузиазма. Даже если они встречаются впервые, они могут тепло общаться, пока ладят друг с другом, и они готовы помогать другим. И даже если японцы общались много раз, трудно сблизить отношения между двумя сторонами.* Как только другие вторгаются в их личное пространство, у них портится настроение.

Данная характеристика рассматривается и с позиции взаимоотношений с близкими. Для китайцев проявление незаинтересованности в отношениях является странным и в некоторых случаях неприемлемым:

- 日本人呢几乎是没有人情味的。/ Японцы не проявляют интереса в межличностных отношениях.

- 他们日本呢几乎没有人情味。儿子女结婚之后很少跟家里人联系就算离得很远走道只有五分钟 <...>更别说没事的时候打个电话了就算是父母生病住院了，他们都不知道。/ *В Японии почти нет человеческого интереса.* После того, как сын и дочь поженились, они *редко связываются со своими семьями*, даже если они находятся в пяти минутах ходьбы <...> Не говоря уже о том, чтобы позвонить, когда все в порядке, даже если родители больны и госпитализированы, они ничего не знают.

- 日本人结婚以后也极少和家里人联系哪怕是离家很近他们一年回家的次数也能数得过来更别说没事的时候打个电话了。/ После женитьбы японцы *редко связываются со своими семьями*, даже если они находятся очень близко от дома, они могут сосчитать, сколько раз за год они возвращаются домой, не говоря уже о том, чтобы позвонить, когда все в порядке.

Тем не менее данная характеристика рассматривается в некоторых случаях с положительной стороны. Для некоторых китайцев проявление

дистанции отождествляется с уважением чужих границ и даже заботой о личном пространстве других людей:

- **我觉得这样很好，总比那些爱道德绑架的人好多了。 / Я думаю, это очень хорошо, *намного лучше, чем у тех, кто любит моральное вмешательство.***

Под «моральным вмешательством» автор понимает заинтересованность, чрезмерное любопытство к жизни другим, а также моральное давление обычаев, проявляющееся в культе старших и уважении к предкам, свойственное китайскому обществу.

- **我觉得这不是冷血，就是正常的人际关系，本来人就是孤独的！为什么一辈子要和家人在一起，人就是孤独和自由独立的。 / Я не думаю, что это *хладнокровие, это просто нормальные межличностные отношения.* Все люди сами по себе! Почему я должен быть со своей семьей всю оставшуюся жизнь, *ведь люди одиноки, свободны и независимы.***

- **更喜欢边界感，不喜欢自来熟上来搞得好像是亲戚一样其实完全不靠谱的人。 / Я предпочитаю *чувство границ*, и мне не нравятся люди, которые совершенно ненадежны, когда они знакомы друг с другом, как будто они родственники.**

- **这种生活方式才是人类最终的生活方式、互不打扰。 / Этот образ жизни является *высшим человеческим проявлением*, не мешать друг другу.**

Отмечается, что дистанция в общении является заботой по отношению к другим:

- **很多人觉得日本人冷漠没有人情味，也有人不喜欢中国的热情和人情来往。我既喜欢中国的热情也喜欢日本的冷漠，我基本把日本的冷漠理解成是默默的关注。 / Многие люди считают японцев равнодушными и безличными, а некоторым не нравится энтузиазм китайцев и человеческое**

общение. Мне нравится как энтузиазм китайцев, так и безразличие японцев. **В основном я понимаю японское безразличие как молчаливую заботу.**

- 我也习惯了有距离感的交往，就像你说的他们也不是冷漠，只是删掉了一些不必要的过于热情，恰到好处的一种距离感让人感到舒服。/ Я также привык к общению с чувством дистанции. Как вы сказали, они не безразличны. Они просто избавились от излишнего усердия. **Просто правильное чувство дистанции позволяет людям чувствовать себя комфортно.**

- 有距离感尊重别人不多话这是多么难得的修养和品质啊。/ **Какое это редкое воспитание и качество** – сохранять дистанцию, уважать других и много не болтать.

Таким образом, проявление дистанции для некоторых рассматривается как проявление безразличия, что может являться негативным, тем не менее, данная характеристика обладает и положительной коннотацией в значении уважения к личному пространству других и молчаливой заботой.

Отмечается сходная характеристика с проявлением дистанции – отсутствие любопытства и энтузиазма:

- 人家是真的不歧视也不敌视。实际上他们根本对你毫无兴趣。/ Люди действительно не относятся с предубеждением и не относятся враждебно. **На самом деле, вы их совершенно не интересуете.**

- 在日本待久了你会发现日本人真的没有一点好奇心。/ Пробыв в Японии долгое время, вы обнаружите, что японцы на самом деле **лишены всякого любопытства.**

Данную черту автор демонстрирует посредством перечисления аргументов:

- 在日本没有人问你多大也没有人问你结没结婚更没有人问你工资是多少。/ Никто в Японии не спрашивает, сколько вам лет, никто не спрашивает, женаты ли вы, и никто не спрашивает, какая у вас зарплата.

- 邻居之间就算认识很多年他们也不会去串门。 / Даже если соседи знают друг друга много лет, они не будут навещать друг друга.

- 就算外面发生再大的事情他们也不会出来看一眼。 / Даже если снаружи произойдет что-то серьезное, они не выйдут посмотреть.

Интонационное выделение автор выражает посредством повторного отрицания, выраженного словосочетанием 没有人问 «никто не спрашивает», подтверждая полное отсутствие любопытства у японцев. А также автор использует конструкцию 就算...也 «даже (если)...все равно / тем не менее», также осуществляя интонационное выделение, выражая эмоцию удивления.

Подчеркивается, что японцы проявляют равнодушие не только во взаимоотношениях, но и в иных вопросах. Так, китайцы противопоставляют себя японцам, отмечая собственный энтузиазм и безразличие японцев:

- 中国人热衷时政, 在领土等问题上爱表达看法。而大多数日本人对政治不感兴趣。一些人抱着“反正不会改变”的态度漠不关心, 还有些人只在大事发生时才有所反应。 / Китайцы увлечены текущими делами и любят высказывать свое мнение по таким вопросам, как территория. ***И большинство японцев не интересуются политикой. Некоторым людям безразлично, ведь “все равно ничего не изменится”, в то время как другие реагируют только тогда, когда происходит что-то серьезное.***

Следующая характеристика, которая отмечалась ранее, это неконфликтность, тактичность и проявление осторожности в коммуникации. В связи с тем, что по натуре японцы достаточно тревожны из-за общественного давления, они стараются не доставлять неудобств другим, что проявляется и в их манере общения:

- 岛上恶劣的生态环境让日本人生来就有着强烈的忧患意识。 / Суровая экологическая обстановка на острове привела к тому, что японцы родились ***с сильным чувством тревоги.***

- 日本是个岛国人口众多，空间小，压力非常大，所以害怕出错。总是沉默寡言说也是小心翼翼的生怕得罪人。 / Япония – островная страна с большим населением, небольшим пространством и очень напряженной обстановкой, поэтому *японцы боятся совершать ошибки. Они всегда молчаливы и осторожны в высказываниях, так как боятся обидеть других.*

- 在日本街头我们见到"吵架"场面的概率几乎为 0。 / Вероятность того, что мы увидим "ссору" на улицах Японии, почти равна нулю.

- 日本人因内这样含蓄的性格所以是慎的很有礼貌以及在意别人的感受。 / Из-за такой тонкой натуры японцы очень *осторожны и заботятся о чувствах других.*

- 在日本人那里一般很少能听到他们拒绝别人。 / От японцев *редко можно услышать, что они отвергают других.*

- 日本人是比较低调的。 / Японцы относительно *сдержанны.*

Стоит отметить, что лексема *低调* определяется не только как «сдержанность», но имеет и такие синонимичные значения, как «скромность», «безэмоциональность», «незаметность», что также можно отнести к характеристикам, присущим японцам.

Эгоизм также является характеристикой, которые китайцы подмечают у японцев. Однако данная характеристика рассматривается с негативной коннотацией вместе с такими характеристиками, как жестокость и безразличие. В следующем примере автор руководствуется отсылкой о ситуации, связанной с выбросом ядерных отходов, тем самым демонстрируя данную характеристику:

- 日本人是没有责任感的。老人在老去后会孤独的单独生活直至死去。同时，日本人眼里只有自己的利益，不会在意他人。在发生核污染后，坚持向台湾出口核辐射地区产的食品，同时，尽管多国反对，日本还是坚持向大海排放核污水。 / У японцев нет чувства ответственности. Если человек

стареет, он будет жить один до самой смерти. В то же время *японцы заботятся только о своих собственных интересах и не заботятся о других*. После того, как произошло ядерное загрязнение, Япония настояла на экспорте продуктов питания, произведенных в зоне ядерной радиации, на Тайвань. В то же время, несмотря на противодействие многих стран, Япония настояла на сбросе ядерных отходов в море.

Оттенок жестокости и безразличия в совокупности с эгоизмом также отражается в данном примере: «Несмотря на противодействие многих стран, Япония настояла на сбросе ядерных отходов в море».

Связь эгоизма и жестокости отражается также в следующем примере:

- *我承认多数日本人作为单独个体是很好的人，但群体概念上的日本人是自私的，且一直具有扩张侵略意识的。* / Я признаю, что большинство японцев – очень хорошие люди по отдельности, но *японцы в общем понимании эгоистичны и всегда были склонны к экспансии и агрессии*.

Следующая характеристика, отмечающаяся в проанализированная источниках – скупость. Скупость рассматривается с разных сторон и может быть как негативной, так и положительной:

- *日本人处事却很抠门。* / Японцы очень *скупы* в своих поступках.
- *日本虽然是发达的国家但是日本人处事真的非常小气。* /

Несмотря на то, что Япония – развитая страна, японцы действительно *скупы* на поступки.

Автор посредством сопоставления выражает данную характеристику, демонстрируя культурное различие между китайцами и японцами:

- *我们会选择贵而好的东西送给对方才会有面子而日本人走亲访友的时候他们几乎都是糕点或者水果表达心意就好。* / *Мы будем выбирать дорогие и хорошие вещи*, чтобы дарить их друг другу, чтобы выглядеть достойно, а когда японцы навещают родственников и друзей, *они почти всегда покупают выпечку или фрукты*, чтобы выразить свои чувства.

Данный пример объясняется склонностью японцев не доставлять неудобств другим людям:

- 其实他们的这种小气是有原因的因为日本人从小的教育就是不给别人添麻烦。 / На самом деле, у их скупости есть причина, потому что японцев с детства учили не причинять неприятностей другим.

В данных примерах используются такие эпитеты как 抠门 «жадный», «скупой», «зажимистый», 小气 «малодушный», «мелочный», «скупой» и обладают негативной коннотацией. Однако в некоторых случаях скупость рассматривается, напротив, как положительное качество и выступает наряду с такими качествами, как бережливость, экономия, цивилизованность, равенство. Отмечается, что японцы часто платят пополам, и это вызывает различные мнения в комментариях, но в большинстве случаев китайцы положительно относятся к данной системе:

- 日本人不愿意给别人压力, 更不愿意给自己压力, 所以吃饭选择AA制, 送礼不送贵礼。中国人如果学会了这种生活方式, 能轻松多少啊。 / Японцы не желают оказывать давление на других, не говоря уже о самих себе, поэтому они выбирают систему AA для оплаты еды и подарков. Насколько легче было бы китайцам, если бы они научились такому образу жизни?

В данном примере автор использует риторический вопрос, подчеркивая, что данная система является положительной, и чего не хватает в китайском обществе.

Также скупость рассматривается как проявление цивилизованности и, как следствие, равенства:

- 这是小气? 这反而很文明好吗? / Разве это скупость? ***Это разве не цивилизованно?***

- AA制不错。男女平等。 / Система 50/50 далеко не плохая, ***это равенство.***

Так, данное качество рассматривается преимущественно как положительное:

- 并不是小气，就是不要给别人添麻烦，素质很高的。 / Это не скупость, просто они не доставляют хлопот другим, *очень хорошее качество*.

- 这叫节约，和抠门没关系。 / Это называется *бережливостью*, и это не имеет ничего общего со скупостью.

Отметим также единичный пример, в котором демонстрируется такая характеристика, как чистоплотность:

- 日本主妇也能够将家里打理的井井有条，虽然家里的房子比较小，但是过了很多年仍然干净整洁，一点都不杂乱。 / Японские домохозяйки также могут поддерживать порядок в своем доме. Несмотря на то, что дом у них относительно небольшой, он по прошествии многих лет по-прежнему остается *чистым и опрятным*, и в нем совсем нет беспорядка.

И также обратим внимание на характеристики, отмечающиеся во внешности японцев. Китайцы часто противопоставляют свои внешние характеристики имеющимся у японцев, однако нельзя сделать вывод, что данное сопоставление является негативным:

- 日本人的脸比较窄个子比较矮。 / У японцев более *узкие лица и невысокий рост*.

- 他们脑袋相对来说会小小一点。 / Их размер головы относительно поменьше.

- 小鼻子小眼睛。 / Маленький нос, и маленькие глаза.

- 因为历史加上饮食的缘故，日本人的身高普遍是不太高的。  
<...> 日本的女孩子一般都在 155 左右，像你们老婆新垣结衣这样将近 170 的身高是很少的。 / Из-за истории и диеты *рост японцев, как правило, не слишком высок*. <...> Девушки в Японии, как правило, ростом около 155 сантиметров, и очень немногие из них имеют рост около 170 сантиметров, как Юи Арагаки.

- **日本人普遍都很瘦**，不管是正值青年还是已白发苍苍，她们的体型都保持的不错，很少能在日本看到很肥胖的人。/ **Японцы, как правило, очень худые**. Независимо от того, молоды они или седовласы, у них хорошее телосложение. В Японии редко можно увидеть людей с очень большим ожирением.

- **女性罗圈腿会比较多**。/ У многих женщин кривые ноги.

Отдельное внимание уделяется качеству зубов:

- **牙齿一般都不整齐**。/ Зубы, как правило, **не ровные**.
- **不管是看电视剧中的那些明星还是路上普通的日本人，不管是再漂亮的面孔张嘴后都会被一口参差不齐的牙给«毁了»**。/ Независимо от того, наблюдаете ли вы за звездами телесериала или за обычными японцами в дороге, какими бы красивыми ни были их лица, они будут **«испорчены»** неровными зубами после того, как откроют рот.

- **他们牙都不是很好**，有那种就是他们叫八重齿。/ **Зубы у них не очень хорошие**, есть еще так называемые клыки.

В данной части мы рассмотрели иные характеристики, формирующие медиаобраз японцев. Так, были отмечены такие характеристики как усердие, чувство дистанции, отсутствие энтузиазма и любопытства, неконфликтность, эгоизм, скупость, чистоплотность, а также внешние характеристики. Отметим, что большинство данных характеристик рассматриваются с позиции стратегии положительной репрезентации или информационно-интерпретационной стратегии, в отдельных случаях образ японца рассматривается с точки зрения стратегии негативной репрезентации.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В рамках практической части настоящего исследования были проанализированы и выделены основные вербальные и невербальные компоненты, формирующие медиаобраз японца в китайском кроссмедийном пространстве, а также определены основные коммуникативные стратегии, посредством которых реализуется формирование рассмотренного медиаобраза.

Так, нами было выявлено 4 основные тематические группы: японец – жестокий / вежливый человек, полярный индивид и представитель коллективизма. Более того, к менее частотным характеристикам медиаобраза японца удалось отнести: усердие, последовательность, перфекционизм, дистанциональность, неконфликтность, тактичность, эгоизм и скупость. Ввиду вышеуказанного медиаобраз японца в китайских социальных сетях является неоднозначным.

Так, характеристики, отражающие положительную сторону медиаобраза японца, реализуются посредством информационно-интерпретационной стратегии или стратегии положительной репрезентации (тактики: приведения примера, сопоставления), отрицательную посредством стратегии дискредитации и негативной репрезентации (тактики: «наклеивание ярлыков», факты, обвинение / побуждение, приведение примеров, тактика контраста, угрозы); нейтральную – информационно-интерпретационной стратегии (тактики: сопоставление и приведение примеров).

Наиболее частотными лексико-стилистическими средствами выразительности являются эпитеты с положительной и отрицательной коннотациями, метафоры, оценочная лексика и антитезы. К грамматическим средствам относятся: перечисления, сравнительные конструкции, побуждение и риторические вопросы.

В ходе анализа невербальных компонентов было выявлено, что звуковая составляющая включает в себя такие компоненты, как быстрый темп речи,

интонацию, а также музыкальное сопровождение. Преимущественно, музыкальное сопровождение оказывает особое влияние при воздействии на эмоции реципиента и задает настроение самого ролика. Так, музыка может передавать различные эмоции, такие как, трагичность, грусть, печаль, радость или спокойствие. Визуальные компоненты являются не менее значимыми. Воздействие визуальных компонентов осуществляется посредством изображений или видео с жестоким содержанием, ярких шрифтов, привлекающих внимание пользователей.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе исследовательской работе были выделены и рассмотрены характеристики, конструирующие медиаобраз японца в современном китайском кроссмедийном дискурсе на основе материала таких социальных сетей 抖音 (Douyin), 哔哩哔哩 (Bilibili), 小红书 (Xiao Hong Shu).

Особое внимание было уделено рассмотрению различных подходов к определению понятия «кроссмедийный дискурс», «дискурс социальных медиа», «медиаобраз» и «коммуникативные стратегии и тактики». Дискурс социальных медиа является одним из видов институционального дискурса и характеризуется богатством и сложностью взаимодействия речевых практик и продуктов речевой деятельности в коммуникациях.

Медиаобраз представляется визуально-эмоциональным компонентом виртуальной реальности и реализуется в информационных носителях и общественном сознании. Отличительными характеристиками медиаобраза считаются стихийность, спонтанность, стереотипность, неустойчивость, изменчивость. Конструирование медиаобраза в сознании реципиентов происходит за счет разнообразных (не)вербальных лингвистических средств.

В ходе исследования были выделены четыре основные тематические группы, характеризующие японца в китайском кроссмедийном пространстве: жестокий / вежливый человек, полярный индивид и представитель коллективизма. Менее часто встречающиеся характеристики включают усердие, последовательность, перфекционизм, дистанцированность, неконфликтность, тактичность, эгоизм и скупость. Эти разнообразные черты указывают на неоднозначность медиаобраза японца в китайских социальных сетях.

Положительные аспекты образа передаются через информационно-интерпретационную стратегию или стратегию положительной репрезентации. Отрицательные черты реализуются с помощью стратегии дискредитации и негативной репрезентации, используя такие тактики, как наклеивание ярлыков,

приведение фактов, обвинения, примеры, контрасты и угрозы. Нейтральные характеристики воплощаются через информационно-интерпретационную стратегию, включающую сопоставление и приведение примеров.

Наиболее часто используемыми лексико-стилистическими средствами являются эпитеты с положительной и отрицательной коннотацией, метафоры, оценочная лексика и антитезы.

Грамматические средства включают перечисления, сравнительные конструкции, побуждения и риторические вопросы.

Воздействие посредством визуальных компонентов осуществляется с помощью видео или изображений жестокого характера, текстового сопровождения (шрифт, цвет, размещение текста и т.д.). Аудиальный уровень включает в себя такие компоненты, как темп речи, интонацию, а также музыкальное сопровождение.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алефиренко Н.Ф. Фразеология и когнитивистика: аспекты сопряжения // Фразеология и когнитивистика: материалы I междунар. конф., Белгород, 4-6 мая 2008 г. / под науч. ред. Н.Ф. Алефиренко. Белгород: Идиоматика и познание, 2008. С. 27–32.
2. Алефиренко Н.Ф. Медиадискурс и его коммуникативно-прагматическая сущность // Медиалингвистика, 2016. Т.1. Вып. 11. С. 49–57.
3. Амзин А.А. Как новые медиа изменили журналистику // А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов [и др.]. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. 304 с.
4. Аристотель. Сочинения. Т.1. М.: Мысль, 1976. 428 с.
5. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.М. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. С. 136–137.
6. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс. Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. 512 с.
7. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. М.: Наука, 1988. 339 с.
8. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Советская энциклопедия, 1969. 607 с.
9. БКРС [Электронный ресурс]. URL: <https://bkrs.info/> (дата обращения: 15.05.2024).
10. Блакар Р.М. Язык и моделирование социального взаимодействия. М.: Прогресс, 1987. С. 13–20.
11. Васильева Е.Ю. Медиадискурс и его коммуникативная область // Социально-экономические исследования, гуманитарные науки и юриспруденция: теория и практика. Общество с ограниченной ответственностью «Центр развития научного сотрудничества» (Новосибирск). 2017. Т.12. С. 122–127.

12. Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ. 2013. Т.11. Вып. 160. С. 91.
13. Гегель Г.В.Ф. Эстетика. Т.1. М.: Искусство, 1968. 385 с.
14. Глазкова Е.А. Анализ медиаобраза объекта как профессиональный навык специалиста по связям с общественностью // MEDIAобразование: векторы интеграции в цифровое пространство: материалы IV международной научной конференции / под науч. ред. А. А. Морозовой. Челябинск: Изд-во ЧелГУ, 2019. С. 425–429.
15. Гончарова Н.Ю. Общетеоретические основы изучения понятия «образ» // Вестник Вятского государственного университета. 2012. С. 33–37.
16. Горбунов А.Г. Дискурс как новая лингвистическая парадигма. Учебное пособие. Ижевск: Удмуртский университет, 2013. 56 с.
17. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
18. Дейк ван Т.А. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 344 с.
19. Демьяненко Н.В. Использование манипулятивных технологий в СМИ, как реальная проблема // Российский академический журнал. 2012. Т.19. Вып. 1. С. 20–27.
20. Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики // Международный научный журнал «Медиалингвистика». 2015. Т.1. Вып. 6. С. 45–56.
21. Ефанов А.А. Глубинная медиатизация в неоинформационном обществе (на примере современных медиапрактик): дис. ... д-ра социол. наук: 13.01.22 М., 2021. 391 с.
22. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск: ОмГУ, 1999. 284 с.
23. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 4-е издание, стереотип. М.: КомКнига, 2006. 288 с.

24. Карасик В.И. Религиозный дискурс // Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 1999. С. 5–19.
25. Карасик В.И. О типах дискурса. Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5–20.
26. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
27. Киреева А.А. Новая историческая веха в китайско-японских отношениях: насколько глубоко потепление и что за ним стоит? [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-istoricheskaya-veha-v-kitaysko-yaponskih-otnosheniyah-naskolko-gluboko-poteplenie-i-chto-za-nim-stoit/viewer> (дата обращения: 10.05.2024).
28. Кириллова Н.Н. Коммуникативные стратегии и тактики с позиции нравственных категорий // Вестник НГТУ им. Р.Е. Алексеева. Сер.: «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии». 2014. Вып. 1. С. 26–33.
29. Клюев Р.В. Речевая коммуникация: учеб. пособие. М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002. 320 с.
30. Кожемякин Е.А. Дискурс–анализ как междисциплинарный проект: между методом и идеологией // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2015. Т.25. Вып. 6. С. 5–12.
31. Коновалова М.В. Медиадискурс и подходы к его изучению // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. Т.27. Вып. 382. С. 101–110.
32. Кубрякова Е.С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Языки славянской культуры, 2004. 555 с.

33. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.
34. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика: учеб. пособие. Минск: ТетраСистемс, 2004. 255 с.
35. Мезенин С.М. Образность как лингвистическая категория // Вопросы языкознания. Сер.: Наука. 1983. Вып. 6. С. 48–57.
36. Менг К. Проблема анализа диалогического общения // Текст как психолингвистическая реальность / под науч. ред. Ю.А. Сорокина. М.: Наука, 1982. С. 14–18.
37. Мичурин Д.Е. Прецедентный поликодовый текст в вербально-изобразительной коммуникации интернет-сообществ (на материале русскоязычных имидж-форумов): дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Тверь, 2014. 162 с.
38. Моргун В.Г., Нагибина И.Г., Телешун А.Ю. Речевая агрессия и речевая толерантность как средства конструирования медиаобраза «КНР vs США» // Казанская наука. 2023. Вып. 8. С. 84–88.
39. Назарчук А.В. Сетевое общество и его философское осмысление // Вопросы философии. 2008. Т.7. С. 61–75.
40. Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого общения современной политической элиты России [Электронный ресурс]. 2005. URL: <https://www.dissercat.com/content/strategii-i-taktiki-rechevogo-povedeniya-sovremennoi-politicheskoi-elity-rossii/read> (дата обращения: 24.03.2024).
41. Плотникова А.А. Словари и народная культура: очерки славянской лексикографии. М.: Институт славяноведения РАН, 2000. 209 с.
42. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М.: Рефл-бук, 1999. 200 с.
43. Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс. Учебное пособие. М.: Флинта, 2004. 222 с.
44. Руженцова Н.Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе. Екатеринбург: УрГПУ, 2004. 294 с.

45. Русакова О.Ф. Современная политическая философия. Екатеринбург: Дискурс-Пи, 2012. 399 с.
46. Сидорова Е.В. Использование мультимодального текста при изучении эмоциональной речи // Ученые записки Орловского Государственного Университета. Сер.: Гуманитарные и Социальные науки. 2013. Вып. 5(55). С. 145–149.
47. Степанов Ю.С. В трехмерном пространстве языка. Семиотические проблемы лингвистики философии искусства. М.: Наука, 1985. 331 с.
48. Стернин И.А., Розенфельд М.Я. Слово и образ. Воронеж: ВГУ, 2008. 241 с.
49. Стрельцов Д.В. Проблемы исторического прошлого в послевоенных отношениях Японии со странами Восточной Азии [Электронный ресурс]. 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-istoricheskogo-proshlogo-v-poslevoennyh-otnosheniyah-yaponii-so-stranami-vostochnoy-azii/viewer> (дата обращения: 10.05.2024).
50. Уварова Е.А. Медiateкст и медиадискурс: к проблеме соотношения понятий // Вестник МГОУ. Сер.: Лингвистика. 2015. Т.5. С. 47–54.
51. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка. М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1940. 752 с.
52. Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности и медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. 64 с.
53. Фомин И.В. Категория образа как средство изучения политической действительности [Электронный ресурс]. 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriya-obraza-kak-sredstvo-izucheniya-politicheskoy-deystvitelnosti-na-primere-obraza-yuzhnoy-osetii-v-rossiyskom/viewer> (дата обращения: 10.01.2024).
54. Фуко М. Археология знания. Киев: Ника-Центр, 1996. 208 с.

55. Хочунская Л.В. Медиаобраз как диалог ценностей. М.: Российский университет дружбы народов, 2011. 247 с.
56. Хурматуллин А.К. Понятие дискурса в современной лингвистике // Учебные записки КФУ. Сер.: Гуманитарные науки. 2009. Вып. 6. С. 31–37.
57. Черкасова М.Н. Медиасобытие и медиаобраз с точки зрения медиалингвистики и медиакритики (на примере языка вражды) // Научные ведомости. Сер.: Гуманитарные науки. 2010. Т.7. Вып. 7. С. 250–257.
58. Шабалин А.Д. Цифровой диалог и сценарии конвергентности: лингвоэкологический потенциал медиавысказывания // Культура и текст. Барнаул: Алтайский государственный педагогический университет, 2023. Вып. 2 (53). С. 188–194.
59. Яворская Г.М. Прескриптивная лингвистика как дискурс: язык, культура, власть. Киев: ВИПОЛ, 2000. 117 с.
60. Янко Т.Е. Коммуникативные стратегии русской речи. М.: Языки славянских культур, 2001. 384 с.
61. Barnes J.A. Class and Committees in Norwegian Island Parish // Human Relations. New York: Hafner Press, 1975. P. 39–58.
62. Danesi M. Dictionary of Media and Communications. New York: M.E. Sharpe, 2009. 333 p.
63. Harris Z.S. Discourse Analysis // Language. Vol. 28. No. 1. 1952. P. 1–33.
64. Kellermann K. Communication: Inherently Strategic and Primarily Automatic // Communication Monographs. 1992. Vol. 59. P. 288–300.
65. Kress G. Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication. London: Routledge, 2010. 90 p.
66. Kress G. What Is Mode? // A Handbook of Multimodal Analysis / ed. by C. Jewitt. L. New York: Routledge, 2009. P. 54–67.
67. Murray J. Composing Multimodality // Multimodal Composition: A Critical Sourcebook. Boston: Bedford. St. Martin's, 2013. P. 325–350.

## СПИСОК ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Bilibili [Электронный ресурс]. URL: [https://www.bilibili.com/video/BV1Mm4y1n7Um/?spm\\_id\\_from=333.337.search-card.all.click](https://www.bilibili.com/video/BV1Mm4y1n7Um/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click) (дата обращения: 15.03.2024).
2. Bilibili [Электронный ресурс]. URL: [https://www.bilibili.com/video/BV1Ha4y1Y7PM/?spm\\_id\\_from=333.788.recommend\\_more\\_video.-1](https://www.bilibili.com/video/BV1Ha4y1Y7PM/?spm_id_from=333.788.recommend_more_video.-1) (дата обращения: 15.03.2024).
3. Bilibili [Электронный ресурс]. URL: [https://www.bilibili.com/video/BV1jh411C7GC/?spm\\_id\\_from=333.337.search-card.all.click](https://www.bilibili.com/video/BV1jh411C7GC/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click) (дата обращения: 15.03.2024).
4. Bilibili [Электронный ресурс]. URL: [https://www.bilibili.com/video/BV1Ha4y1Y7PM/?spm\\_id\\_from=333.788.recommend\\_more\\_video.-1](https://www.bilibili.com/video/BV1Ha4y1Y7PM/?spm_id_from=333.788.recommend_more_video.-1) (дата обращения: 15.03.2024).
5. Baijiahao [Электронный ресурс]. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1732256192746138609&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 15.05.2024).  
[Электронный ресурс]. URL: [https://www.bilibili.com/video/BV1Ha4y1Y7PM/?spm\\_id\\_from=333.788.recommend\\_more\\_video.-1](https://www.bilibili.com/video/BV1Ha4y1Y7PM/?spm_id_from=333.788.recommend_more_video.-1) (дата обращения: 15.03.2024).
6. Weixin [Электронный ресурс]. URL: [https://mp.weixin.qq.com/s?\\_\\_biz=MzU4NTUyMDU0Mw==&mid=2247517974&idx=1&sn=45d2e2bc34236c79eeb225a030ac5452&chksm=fd8b83e6cafc0af01091441f705e0b53ecfa8ba3f61b4b4baaf7d54fa835ddb7c31856c6253d&scene=27](https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzU4NTUyMDU0Mw==&mid=2247517974&idx=1&sn=45d2e2bc34236c79eeb225a030ac5452&chksm=fd8b83e6cafc0af01091441f705e0b53ecfa8ba3f61b4b4baaf7d54fa835ddb7c31856c6253d&scene=27) (дата обращения: 20.03.2024).
7. Baijiahao [Электронный ресурс]. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1763678570312927808&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 20.03.2024).
8. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://www.douyin.com/video/7182882810712034597> (дата обращения: 20.03.2024).
9. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://v.douyin.com/i2rKncтY/> (дата обращения: 20.03.2024).

10. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://www.douyin.com/video/7271289694191684921> (дата обращения: 20.03.2024).
11. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://www.douyin.com/video/7011690735565147396> (дата обращения: 20.03.2024).
12. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://www.douyin.com/video/7157683934803823902> (дата обращения: 20.03.2024).
13. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://v.douyin.com/i2hHqEsg/> (дата обращения: 23.03.2024).
14. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://www.douyin.com/video/7347309379357658431> (дата обращения: 23.03.2024).
15. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://www.douyin.com/video/6942050825690795300> (дата обращения: 23.03.2024).
16. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://www.douyin.com/video/7297335783395036435> (дата обращения: 23.03.2024).
17. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/658eafa00000000013034589?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/658eafa00000000013034589?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 23.03.2024).
18. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/64122b44000000000703892b?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/64122b44000000000703892b?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 23.03.2024).
19. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/6397fe7a000000001e03f21f?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/6397fe7a000000001e03f21f?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 25.03.2024).
20. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/63e5f775000000001303e4a0?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/63e5f775000000001303e4a0?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 25.03.2024).
21. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/64cf942b000000000a01b4ba?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/64cf942b000000000a01b4ba?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 25.03.2024).

22. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/6513ff5f00000000230185b7?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/6513ff5f00000000230185b7?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 25.03.2024).
23. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/65f41e3e000000001203fc75?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/65f41e3e000000001203fc75?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 25.03.2024).
24. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/63a94b5f000000001b0272de?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/63a94b5f000000001b0272de?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 04.04.2024).
25. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/656af73e000000000703baa4?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/656af73e000000000703baa4?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 04.04.2024).
26. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/6593b2de000000001102efd6?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/6593b2de000000001102efd6?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 04.04.2024).
27. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/64ec9cdd000000001e030262?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/64ec9cdd000000001e030262?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 04.04.2024).
28. Bilibili [Электронный ресурс]. URL: [https://www.bilibili.com/video/BV1Ha54y1Y7PM/?spm\\_id\\_from=333.788.recommend\\_more\\_video.-1](https://www.bilibili.com/video/BV1Ha54y1Y7PM/?spm_id_from=333.788.recommend_more_video.-1) (дата обращения: 04.04.2024).
29. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/641a13220000000011013e63?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/641a13220000000011013e63?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 15.04.2024).
30. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/628e0d3f00000000010241cb?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/628e0d3f00000000010241cb?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 15.04.2024).
31. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/64e70aca00000000100332b8?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/64e70aca00000000100332b8?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 15.04.2024).

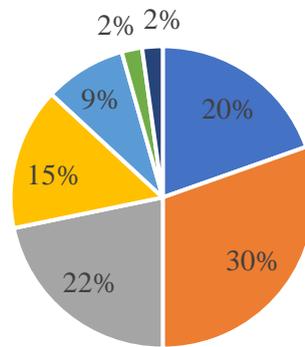
32. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/65be0857000000002020c85?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/65be0857000000002020c85?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 15.04.2024).
33. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/65fd2d1e00000000d00cf32?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/65fd2d1e00000000d00cf32?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 15.05.2024).
34. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: [https://www.xiaohongshu.com/explore/659e8858000000001200468c?source=web\\_search\\_result\\_notes](https://www.xiaohongshu.com/explore/659e8858000000001200468c?source=web_search_result_notes) (дата обращения: 15.05.2024).
35. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://v.douyin.com/i2W9U1Nc/> (дата обращения: 15.05.2024).
36. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://www.douyin.com/video/7105170903637544222> (дата обращения: 15.05.2024).
37. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://www.douyin.com/video/6944641645187009804> (дата обращения: 15.05.2024).
38. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://v.douyin.com/i2796wAp/> (дата обращения: 15.05.2024).
39. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://v.douyin.com/i27xHS9r/> (дата обращения: 15.05.2024).
40. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://v.douyin.com/i27Cqwg1/> (дата обращения: 15.05.2024).
41. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://v.douyin.com/i27CW5Mn/> (дата обращения: 15.05.2024).
42. Douyin [Электронный ресурс]. URL: <https://v.douyin.com/i27VBwpo/> (дата обращения: 15.05.2024).
43. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: <https://www.xiaohongshu.com/explore/6489909200000000130141e8> (дата обращения: 15.05.2024).
44. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: <https://www.xiaohongshu.com/explore/659e2994000000001a02b123> (дата обращения: 15.05.2024).

45. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: <https://www.xiaohongshu.com/explore/64414a3c00000000270035b1> (дата обращения: 15.05.2024).
46. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: <https://www.xiaohongshu.com/explore/657c589a000000003802f3ee> (дата обращения: 15.05.2024).
47. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: <https://www.xiaohongshu.com/explore/6482272f000000001203f546> (дата обращения: 15.05.2024).
48. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: <https://www.xiaohongshu.com/explore/63ef42cc0000000013003e04> (дата обращения: 15.05.2024).
49. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: <https://www.xiaohongshu.com/explore/6627a37b000000001c004797> (дата обращения: 15.05.2024).
50. Xiaohongshu [Электронный ресурс]. URL: <https://www.xiaohongshu.com/explore/648bce4a00000000130049b9> (дата обращения: 15.05.2024).

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Частотность использования коммуникативных стратегий, тактик и упоминания характеристик при анализе тематических групп

Применяемые тактики для реализации стратегии дискредитации в рамках тематической группы «жестокость»

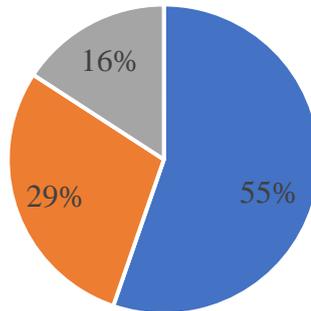


- Тактика наклеивания ярлыков
- Тактика обвинения
- Тактика фактов
- Тактика приведения примера
- Тактика побуждения
- Тактика угрозы
- Тактика контраста

Рисунок 8. Применяемые тактики для реализации стратегии дискредитации в рамках тематической группы «жестокость».

## ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

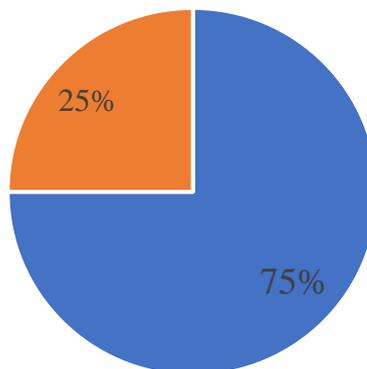
Применяемые стратегии в рамках тематической группы  
«вежливость»



- Стратегия негативной репрезентации
- Информационно-интерпретационная стратегия
- Стратегия положительной репрезентации

Рисунок 9. Применяемые стратегии в рамках тематической группы «вежливость».

Применяемые тактики для реализации информационно-интерпретационной стратегии в рамках тематической группы «коллективность»



- Тактика приведения примера
- Тактика сопоставления

Рисунок 10. Применяемые тактики для реализации информационно-интерпретационной стратегии в рамках тематической группы «коллективность».

## ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

Применяемые стратегии в рамках тематической группы  
«полярность»



Рисунок 11. Применяемые стратегии в рамках тематической группы «полярность».

Применяемые тактики для реализации стратегии  
негативной репрезентации в рамках тематической  
группы «полярность»

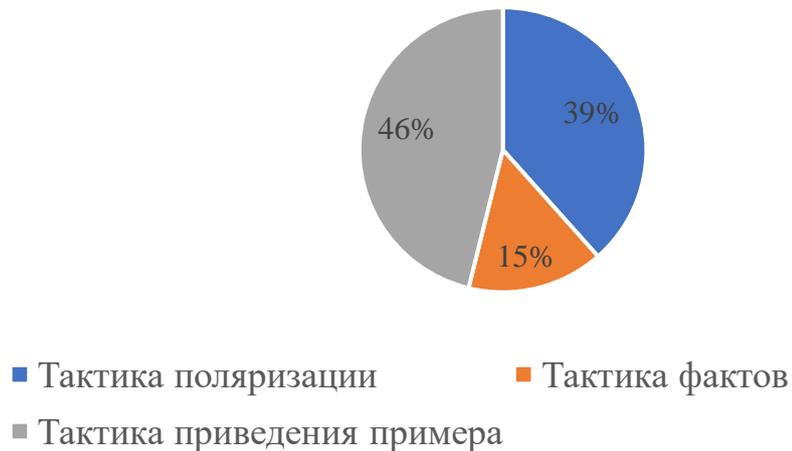


Рисунок 12. Применяемые тактики для реализации стратегии негативной репрезентации в рамках тематической группы «полярность».

## ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

Частотность реализации коммуникативных стратегий в ходе анализа медиаобраза японца



Рисунок 13. Частотность реализации коммуникативных стратегий в ходе анализа медиаобраза японца.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

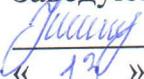
Частотность упоминания характеристик, свойственных  
медиаобразу японца



Рисунок 14. Частотность упоминания характеристик, свойственных медиаобразу японца.

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра восточных языков

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
 И.Г. Нагибина  
« 13 » июня 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**МЕДИАОБРАЗ ЯПОНЦА В СОВРЕМЕННОМ  
КРОССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ КИТАЯ**

Научный руководитель



ст. преп. каф. ВЯ  
В.Г. Присяжных

Выпускник



А.К. Гвоздева

Нормоконтролер



С.О. Мезенина

Красноярск 2024

## РЕФЕРАТ

*Тема бакалаврской работы* – «Медиаобраз японца в современном китайском кроссмедийном дискурсе». Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 92 страниц, включает в себя список использованной литературы, состоящий из 67 источников, 7 из которых на иностранных языках.

*Ключевые слова:* МЕДИАОБРАЗ, МЕДИАТЕКСТ, СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА, КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ, КОММУНИКАТИВНАЯ ТАКТИКА

*Цель:* комплексное изучение медиаобраза японца в контексте кроссмедийного дискурса.

Для реализации цели были поставлены следующие *задачи*: 1) изучить понятия «дискурс», «дискурс социальных медиа», «образ», «медиаобраз», «китайские социальные сети»; 2) проанализировать роль СМИ в формировании медиаобраза; 3) выделить основные структурные элементы, с помощью которых формируется медийный образ японца в сознании носителей китайского языка; 4) определить ключевые тематические группы, в контексте которых рассматривается медиаобраз японца; 5) описать, вербальные и невербальные средства, конструирующие медиаобраз японца.

*Актуальность* обуславливается тем, что глобализация накладывает значительный отпечаток на лингвокультурные представления одной страны о другой, что оказывает влияние на социальные взаимодействия индивидов и межкультурную коммуникацию в целом. В современных условиях массовая культура и, в особенности, традиционные и электронные СМИ представляются ключевым инструментом в формировании медиаобраза.

*Основные выводы и результаты исследования:*

1. Дискурс является комплексным понятием, имеющим различные подходы и интерпретации, а также множество видов.

2. Мультимодальный подход является ключевым в рамках анализа медиаобраза японца, так как посредством данного подхода реализуется анализ как вербальных, так и невербальных компонентов.

3. Анализ медиаобраза японца рассмотрен также с позиции коммуникативных стратегий, так как коммуникативные стратегии являются инструментами формирования медиаобраза. В данной работе мы понимаем стратегии как общее планирование коммуникации на основе текущей ситуации и цели общения.

4. В ходе анализа медиаобраза японца в китайских социальных сетях было выявлено, что данный медиаобраз является преимущественно отрицательным, так как большинство характеристик воспринимаются китайцами с позиции негативных коннотаций. Тем не менее некоторые публикации отражают положительное, либо нейтральное отношение. Положительное отношение к японцам в большинстве случаев выражено в разделе комментариев.

*Перспектива дальнейшего исследования:* провести сравнительно-сопоставительный анализ медиаобраза японца в китайском и русском кроссмедийном пространстве.