

УДК 070;81

DOI: 10.34670/AR.2022.93.18.004

Основа языкового сближения в журналистике Китая и России**Янь Шуай**

Аспирант,
Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 10/1;
e-mail: 410720072@qq.com

Аннотация

В статье автор поднимает вопросы, касающиеся значения процессов культурной диффузии в сближении китайский и российских медиатекстов. По мнению автора, такое сближение обусловлено процессом формирования и развития культурного плюрализма. Процесс глобализации, как указывает автор, оказал кардинальное воздействие на данный процесс. Автор в статье рассматривает примеры языковых схождений российской и китайской сетевой печати. По мнению автора, есть необходимость введения такой категории как «красота журналистского языка». Помимо этого, автор полагает, что в современном мире просто необходимо разработать механизмы создания, осмысления и понимания журналистских текстов, которые раскрывают особенности взаимодействия России и Китая. Автор указывает на то, что медиаресурсы Китая и России взяли курс на сближение, несмотря на разность их культур.

Для цитирования в научных исследованиях

Янь Шуай. Основа языкового сближения в журналистике Китая и России // Язык. Словесность. Культура. 2022. Том 12. № 3. С. 26-33. DOI: 10.34670/AR.2022.93.18.004

Ключевые слова

Культура, средства массовой информации, медиаресурсы, медиатекст, журналистика, информационное пространство, журналистский текст.

Введение

На сегодняшний день отношения Китая и России основываются на взаимовыгодном долгосрочном сотрудничестве в совершенно различных направлениях. Большое значение имело подписание 16 июля 2001 г. «Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой». Указанный договор еще больше позволил укрепить позиции двух государств, а также обеспечил движение в сторону многополярного мира. И здесь стоит учитывать тот факт, что именно многополярный мир является идеальной международной моделью, поскольку позволяет оптимистично смотреть в будущее.

Вопросы, касающиеся функционирования российских и китайских средств массовой информации (далее – СМИ), могут положительно отразиться на взаимодействии стран, а также обеспечить им понимание и доверие, что весьма важно, особенно в современных условиях [Барабаш, 2017, 58].

Основная часть

Процесс глобализации позволяет задать всю динамику развития современного мирового сообщества, а также повысить роль информационно-коммуникативных потоков. В этом направлении СМИ принадлежит особое место, поскольку происходит реализация процесса транслирования массовой культуры. Средства массовой информации охватывают значительно большой объем аудитории, могут воздействовать на формирование позиций и взглядов такой аудитории.

Соответственно, остро стоят вопросы о новых условиях функционирования журналистских текстов. Это в первую очередь касается таких текстов, которые востребованы среди международной аудитории. Именно поэтому возникла необходимость совершенно по-новому посмотреть на журналистские тексты, на их язык, лингвистику, а также переосмыслить всю лингвокультурную составляющую. В новых условиях такой компонент подвержен постоянным изменениям, происходит его трансформация и сближение с иными культурами. Все это приводит к тому, что медиадискурс проявляет расположенность к выявлению подобных схождений.

Необходимо обратить внимание на категорию «культура». Сегодня существует значительное количество подходов к ее пониманию, что указывает на многогранность данного понятия. В общем виде можно сказать о том, что культура представляет собой достаточно сложную, саморазвивающуюся систему, которая объединяет ценности, смыслы, язык, нормы, традиции, менталитет, искусство, а также иные человеческие проявления. Средства массовой информации также входят в культуру, но достаточно ограниченно. Тесты СМИ представляют собой ценность, они наделены смыслом, отражают особенности менталитета и т.д. [Ду Цюаньбо, 2016, 12].

Говоря о межкультурных коммуникациях, следует особенно отметить, что проблемы речевой культуры СМИ неоднократно становились объектом исследования. Часть исследователей придерживается позиции о том, что именно в языке масс-медиа прослеживается языковое сознание и индивидуальность речевого поведения. Во внимание стоит принимать не только культурно-языковые соответствия, но и некоторые компоненты уподобления, посредством которых как раз и может наблюдаться сближение журналистских текстов, которые

принадлежат другим культурам. Это касается не только схожих культур, но и тех, которые имеют между собой существенное различия – речь как раз идет о культурах Китая и России [Лю Сяоянь, 2002, 63].

Современная культурная динамика позволяет обеспечить сближение культурных заимствований. Здесь мы говорим о возможности последующего использования ценностей, которые созданы в другой культуре, и их последующей практической апробации. В том случае, когда созданные ценности передаются от одного народа к другому, происходит демократизация всего общества, а соответственно, и культуры. Если же происходит расширение культурного общения, изменение культурных границ, то речь уже идет об интеграции культур в единую мировую культуру. В большей степени это как раз и прослеживается в рамках медиапространства. Если обратиться к современным журналистским текстам, то можно сказать о том, что они все больше приобретают характеристики культурного плюрализма. СМИ способствуют тому, что человек постепенно адаптируется к особенностям другой культуры, при этом не наносится ущерб своей собственной культуре. Если обратить внимание на тексты внешнеполитического медиадискурса России и Китая, то данное явление прослеживается достаточно сильно.

Журналистский язык, являясь инструментом, посредством которого реализуются основные функции журналистики, должен обладать такими характеристиками, как точность, краткость, простота и популярность. Это как раз и позволяет оказывать должное воздействие в отношении аудитории. Стилистические особенности китайских и российских журналистских текстов в Китае получили эпитет «красота». Это обусловлено тем, что такие тексты обладают рядом важных составляющих: объективность, точность и лаконичность изложения, простота донесения информации, популярность [Чжоу Цзяньин, 2022, www].

Современная сетевая пресса наделена такой характеристикой, как «правдивая красота», так как присутствует реальность, существенность, определённость того, о чем говорится. Язык текста, с одной стороны, должен быть непосредственным, а с другой стороны, последовательно излагать событие, факт, время и место и т. д. С помощью повествовательных предложений можно как раз обозначить значимость некоторых фактов. Однако в текстах отсутствует должный уровень экспрессии или она выражена крайне ограниченно. Например, «Новое землетрясение зафиксировано близ Алма-Аты», «Листинг картины «Рев реки Хуанхэ» вырос до 1700% за 50 дней».

Повествовательные предложения помогают журналистам описывать факты, события, а не просто выражают похвалу или винят в чем-то. Но здесь также стоит принимать во внимание тот факт, что журналистский язык должен быть объективным, в нем не должно быть предвзятости.

Журналистский язык китайских и российских СМИ можно описать двумя словами – «точная красота». И речь здесь идет о соответствии материала истине, подлинности изложения фактов, событий. Точность требует того, чтобы журналистский текст был достаточно четким, ясным, в нем не было ошибок, отсутствовали какие-либо преувеличения. Текст не должен быть двусмысленным, однако при всем этом текст должен оставаться красивым и образным. Например, «Большая сила маленького микро-Бо», «Аллергия водит нас за нос!». В таких словосочетаниях, как «большая сила», «водит за нос», удалось достаточно точно отразить все факты, их сущность и характер. Красота журналистского языка как раз и сводится к тому, что факты излагаются точно и правдиво. С уверенностью можно сказать о том, что китайская и российская сетевая пресса обладает «точной красотой» языка и стиля [Ян, 2019, 452].

«Лаконичная красота» предполагает, что стиль изложения журналистских текстов будет

достаточно кратким, отчетливым, но при этом ясным для аудитории. Для того чтобы достигнуть лаконичности языка, СМИ должны использовать небольшое количество слов, недлинные предложения, а также минимизировать количество прилагательных, не использовать афоризмы, которые не являются уместными.

В китайских и российских журналистских текстах «лаконичная красота» воплощается за счет использования различных элементов. Это может быть баланс формы, звука, ритма и т. д. При использовании языковых элементов у читателей может сформироваться достаточно гармоничное ощущение при прочтении, чувство красоты. В большей степени лаконичность характерна для заголовков журналистских текстов:

- Налоги на недвижимость пришли (Еженедельник «Синьминь»);
- «Улыбка акулы» («Итоги»).

Можно сказать о том, что лаконичность в журналистских текстах позволяет сформировать достаточно глубокие и богатые по своему содержанию сообщения.

Стоит отметить и тот факт, что на современном этапе развития журналистики важно, чтобы тексты сетевой прессы были доступными, свежими, конкретными, а также разумными и реальными. Тексты не должны носить абстрактный характер и не стоит выделять какую-то идею в качестве концепции. Лица, места, время должны быть описаны достаточно просто и доступно для аудитории. Это необходимо для того, чтобы аудитории удалось прочувствовать все описываемое. Такой принцип получил название «простая красота» журналистского языка. Данный принцип активно используется как среди журналистов Китая, так и журналистов России [Горковенко, Петухов, 2013, 980].

«Простая красота» журналистского текста – это такое свойство, которое позволяет отразить язык, стиль текста таким образом, чтобы прослеживалось соответствие с персонажем, занимаемой должностью, видом деятельности и т. д. «Простота» позволяет сделать факты свежими, живыми, а также увлекательными. В том случае, когда в журналистских текстах не будет свежести и живости, то и язык будет просто неинтересен читателю, он не будет привлекать аудиторию. Можно привести следующие примеры:

- «Профессиональная школа Китая живет в трещине между основным и высшим образованием» (Еженедельник «Китайские новости»). С помощью слова «трещина» удалось создать яркий образ проблем, которые имеются в китайском образовании;
- «Трудно жить без взяток» (Коммерсант-Власть).

Стоит обратить внимание и на «популярную красоту» журналистского языка китайских и российских СМИ. Данная характеристика означает, что стиль и язык изложения достаточно динамичны. Популярность означает, что при написании журналистских текстов использовались языковые средства, которые общеизвестны и доступны. Популярность позволяет обеспечить доступность содержания текста [Черкасова, 2010, 252].

С уверенностью можно сказать о том, что в России и Китае для привлечения внимания аудитории к какому-то событию, факту, журналистские тексты должны быть правдивыми, точными, объективно отражать реальность, быть лаконичными и выразительными. Для того чтобы сформировать благоприятный имидж СМИ и повысить лимит доверия со стороны населения, в СМИ Китая и России стоит активно использовать такие важные составляющие, как «правдивая красота», «точная красота», «простая красота», «популярная красота».

Красота журналистских текстов оказывает воздействие на образовательную идеологическую функцию. Помимо этого, красота текста способствует тому, что устанавливается своеобразный социальный обмен между журналистом и аудиторией. С

уверенностью можно сказать о том, что в российских и китайских журналистских текстах прослеживается гармоничное сочетание различных ценностей: социальных, эстетических. Это как раз приводит к тому, что с одной стороны, Китай и Россия идут по пути сближения, а с другой стороны, страны занимают лидирующие позиции на международном медиарынке [Жирнов, 2002, 111].

Для китайского и российского журналистского языка характерно и такое свойство, как многостильность. Речь идет о совмещении различных стилей литературного языка. Например, когда статьи посвящены каким-то решениям, принимаемым на уровне правительства, то журналистский текст представлен в официально-деловом стиле. Если же в СМИ идет освещение каких-то научных технологий, то используется научный стиль. Значительное количество публикаций в СМИ испытывает на себе воздействие разговорного языка. И в этом как раз и прослеживается сближение китайских и российских СМИ, что наглядно проявляется в следующем:

- наличие большой эмоциональной насыщенности в текстах, журналисты активно используют сравнения, метафоры, а также элементы юмора и сарказма, язык журналистики постепенно приближается к языку художественной литературы;
- достаточно часто наблюдается нарушение естественного порядка слов, что приводит к возникновению инверсии – это необходимо для выделения главного в сообщениях (какого-то факта или даты);
- большую часть лексики составляют термины, слова профессионального жаргона (например, это могут быть слова из военного искусства, спорта и т. д.);
- в заголовках публикаций СМИ присутствуют различные синтаксические структуры (номинативные, неопределенно-личные предложения, императивные безличные предложения, двусоставные предложения, неполные предложения, предложные и беспредложные сочетания, ответы-вопросы и т. д.);
- в китайских и российских СМИ для различных жанров характерно использование специфических ресурсов национального языка. Это могут быть, в том числе, и средства выразительности (например, метафоры, эпитеты, сравнения);
- в СМИ используются речевые стереотипы (клише), которые удобны для самого журналиста, а также для аудитории, так как тексты легко воспроизводятся, сам процесс написания текста приобретает автоматизм, коммуникации облегчаются;
- для синтаксических структур характерен книжный характер, предложения упорядочены и развернуты. В китайских и российских СМИ весьма часто используется «рубленая проза», которая подразумевает короткие предложения, посредством которых происходит создание целостной картины;
- для синтаксиса характерно наличие большого количества эллиптических предложений, которые по своему характеру являются краткими и энергичными;
- в китайских и российских СМИ часто используются восклицательные предложения, в журналистских текстах нередко задаются риторические вопросы [Сабаненко, 2014, 817].

Китайская и российская пресса достаточно часто использует различные типы языковой игры. Так, например, речь идет о графической игре. Графическая игра подразумевает пунктуационную, пространственную, цветовую, шрифтовую актуализацию элемента, который создает новые слова. Суть такой графической игры сводится к тому, чтобы выделенная часть слова воспринималась в качестве активного элемента. Можно привести следующие примеры:

- Лю Даньджай: серьезно рисовать, великодушно поступать (Синьминьджоукань);
- «Доброе сердце у врача»: путаница между врачами и пациентами в фильме и за спиной фильма) (Ляовандунфанджоукань);
- «Ипотека не по карману – бери в аренду» (Независимая газета);
- «Эй, полегче!» (Итоги).

С помощью восклицательного знака препинания, который используется в заголовках, существенно усиливается выразительность журналистского текста. Вообще для российских и китайских газет графическая игра признается достаточно частым явлением и рассчитана на аудиторию.

В китайских и российских СМИ используется и словообразовательная игра. В китайской журналистике популярно словосочетание из иноязычных слов. В качестве примера можно привести выражения «суперчеловек», «супергерой», которые встречаются в журналистских текстах. И такие средства выразительности выводят российскую и китайскую журналистику на совершенно новый уровень [Сапожникова, 2022, www].

Стоит обратить внимание и на монтажную игру словосочетаний. Основной смысл таких игр сводится к тому, что происходит нарушение норм сочетаемости слов. Такие приемы позволяют создать дополнительные эффекты. За счет того, что отмечается процесс преодоления существующих фиксированных смысловых, грамматических, синтаксических связей, то в китайской и российской прессе происходит уход от клишированных выражений, банальных в своих формулировках, и создаются более выразительные средства. Можно привести следующие примеры:

- «Ядерные силы станут тощими, но очень злыми» (Заголовок, Независимая газета);
- «Никто сейчас на Западе не верит ни в глобальные имперские угрозы Москвы, ни в самоубийственную мировую ядерную войну» (Независимая газета);
- «Отношение между Китаем и Россией повысилось до уровня стратегического партнерства» (Заголовок, Китайская газета);
- «Кастро выступил с первым публичным выступлением после болезни, чтобы призвал избежать ядерной войны» (Заголовок, Китайская газета) [Балдандоржиев, 2020, 377].

Выводы

Подводя итог, стоит отметить, что современная журналистика Китая и России обладает рядом характеристик, которые указывают на возможность их сближения в лингвистическом и культурном направлении. За счет того, что в китайской и российской журналистике наблюдаются языковые сходства, представляется возможным обеспечить выработку наиболее эффективных механизмов, посредством которых можно интерпретировать и осмысливать журналистские тексты, касающиеся русско-китайских отношений.

В качестве определяющих факторов в стилистике журналистского языка Китая и России можно выделить такие характеристики, как социальность, коммуникативность, публицистичность, образность. В России и Китае используют большое разнообразие стилистических фигур речи и приемов.

Необходимо понимать, что сегодня актуализированы многие процессы в языке, которые раньше могли остаться незамеченными. Ввиду новых реалий, ситуаций, происходящих в мире, журналистика Китая и России приобретает все больше общих точек соприкосновения. И Китай,

и Россия, несмотря на такую языковую схожесть журналистских текстов, продолжают уделять повышенное внимание вопросам межкультурной коммуникации и культурной идентичности.

Библиография

1. Балдандоржиев Ж.Б. Язык русского зарубежья в Китае как отражение действительности в межкультурной коммуникации: сетевой язык // Молодой ученый. 2020. № 44 (334). – С. 377-383.
2. Барабаш В.В., Шао Дэвань. Языковые сближения в современной журналистике России и Китая // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. №2-1 (68). – С. 57-60.
3. Горковенко А.Е., Петухов С.В. Русский текст в культурном пространстве Китая: история и современность // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2013. Т. 3. – С. 976-980.
4. Ду Цюаньбо. Жанрово-стилистическое своеобразие имиджа Китая в российских интернет СМИ // Филологические науки: вопросы теории и практики. 2016. № 4. – С. 12-14.
5. Жирнов Д.А. Россия и Китай в современных международных отношениях: монография // МГИМО(У) МИД России, каф. востоковедения; Российско-китайская каф. МГИМО(У) и Фуданьского ун-та (КНР). – М.: МГИМО, 2002. – 289 с.
6. Лю Сяоянь. Размышление о создании государственного имиджа через СМИ // Международные журналистские круги. 2002. № 2. – С. 61-66.
7. Сабаненко Е.И. Межкультурное взаимодействие: сущность, типология, социальная регуляция // Молодой ученый. 2014. № 21. – С. 816-819.
8. Сапожникова И.А. Современная речевая культура СМИ в контексте глобализации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/sovremennaya-recheyaya-kultura-smi-v-kontekste-globalizatsii#ixzz3iCJkOcn3> (дата обращения: 27.05.2022).
9. Чжоу Цзяньин. Стратегическое партнерство между Китаем и Россией в начале XXI века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-partnyorstvo-mezhdu-kitaem-i-rossiey-v-nachale-xxi-v#ixzz3iCWRw5mt> (дата обращения: 27.05.2022).
10. Черкасова М.Н. Медиасобытие и медиаобраз с точки зрения медиалингвистики и медиакритики (на примере языка вражды) // Научные ведомости Белгород. гос. ун-та. Гуманитарные науки. Филология. Журналистика. Педагогика. Психология. 2010. Вып. 7. № 18. – С. 250-257.
11. Ян Е.А. Интернет-сленг в современном китайском языке: социалингвистический аспект перевода // Молодой ученый. 2019. № 4. – С. 451-454.

The basis of language convergence in journalism in China and Russia

Yan Shuai

Postgraduate,

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
117198, 10/1, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: 410720072@qq.com

Abstract

In the article author brings up a number of questions that deal with the importance of cultural diffusion processes for the approachment of Russian and Chinese media texts. The author points on that the approachment is determined by the process of cultural pluralism's forming and development. The author asserts that the process of globalization affects its forming and development in fundamental way. In the article author examines some examples of language likeness between Russian and Chinese internet media. The author proves an importance of introducing "the beauty of journalist's language" as a new descriptive category. Further, the author supposes that the conditions of modern world require working out the mechanisms for creation, perception and understanding of

the journalists' texts, which represent the features of the interaction between Russia and China. The author also highlights a tendency of approachment of Russian and Chinese media resources, contrary to a great difference between these cultures.

For citation

Yan Shuai (2022). Osnova yazykovogo sblizheniya v zhurnalistike Kitaya i Rossii [The basis of language convergence in journalism in China and Russia]. *Yazyk. Slovesnost'. Kul'tura* [Language. Philology. Culture], 12 (3), pp. 26-33. DOI: 10.34670/AR.2022.93.18.004

Keywords

Culture, mass media, media resources, media text, journalism, information space, journalists' text.

References

1. Baldandorzhiev Zh.B. (2020) Yazyk russkogo zarubezh'ya v Kitae kak otrazhenie deistvitel'nosti v mezhkul'turnoi kommunikatsii: setevoi yazyk [Language of Russian diaspora in China as representation of the cross-cultural communication's reality: The network language]. *Molodoi uchenyi – The young scientist*, 44 (334), pp. 377-383.
2. Barabash V.V., Shao Devan' (2017) Yazykovye sblizheniya v sovremennoi zhurnalistike Rossii i Kitaya [Language approaches of the modern journalism in Russia and China]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki – Philology. Theory and practice*, 2-1 (68), pp. 57-60.
3. Gorkovenko A.E., Petukhov S.V. (2013) Russkii tekst v kul'turnom prostranstve Kitaya: istoriya i sovremennost' [Russian text in the Chinese cultural space: the history and the present]. *Nauchno-metodicheskii elektronnyi zhurnal «Kontsept» – Electronic journal of science and methodology “The concept”*, 3, pp. 976-980.
4. Du Tsyuan'bo (2016). Zhanrovo-stilisticheskoe svoeobrazie imidzha Kitaya v rossiiskikh internet SMI [Genre and stylistic peculiarity of the China's image in Russian internet media]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki – Philology. Theory and practice*, 4, pp. 12-14.
5. Zhirnov D.A. (2002) *Rossiya i Kitai v sovremennykh mezhdunarodnykh otnosheniyakh: monografiya* [Nowadays international relations between Russia and China: The monograph]. Moscow: MGIMO(U) MID Rossii, kaf. vostokovedeniya; Rossiisko-kitaiskaya kaf. MGIMO(U) i Fudan'skogo un-ta (KNR).
6. Lyu Syaoyan' (2002) Razmyshlenie o sozdanii gosudarstvennogo imidzha cherez SMI [Reflection about creating of the state's image by mass media]. *Mezhdunarodnye zhurnalisticheskie krugi – International community of the journalists*, 2, pp. 61-66.
7. Sabanenko E.I. (2014) Mezhkul'turnoe vzaimodeistvie: sushchnost', tipologiya, sotsial'naya regulyatsiya [Cross-cultural interaction: The essence, typology and social regulation]. *Molodoi uchenyi – The young scientist*, 21, pp. 816-819.
8. Sapozhnikova I.A. Sovremennaya rechevaya kul'tura SMI v kontekste globalizatsii [Modern speech culture of the mass media in the context of globalization]. *Chelovek i nauka* [Human and science]. Available at: <http://cheloveknauka.com/sovremennaya-rechevaya-kultura-smi-v-kontekste-globalizatsii#ixzz3iCJkOcn3> [Accessed 27/05/22].
9. Chzhou Tszyan'in. Strategicheskoe partnerstvo mezhdru Kitaem i Rossiei v nachale XXI veka [Russian-Chinese strategic partnership in the beginning of 21st century]. *Kiberleninka* [Kiberleninka]. Available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-partnyorstvo-mezhdru-kitaem-i-rossiey-v-nachale-xxi-v#ixzz3iCWRw5mt> [Accessed 27/05/2022].
10. Cherkasova M.N. (2010) Mediasobytie i mediaobraz s tochki zreniya medialingvistiki i mediakritiki (na primere yazyka vrazhdy) [Media event and media image from the point of view of media linguistics and media critics]. *Nauchnye vedomosti Belgorod. gos. un-ta. Gumanitarnye nauki. Filologiya. Zhurnalistika. Pedagogika. Psikhologiya – Scientific issues of the Belgorod State University. Humanities. Philology. Journalism. Pedagogics. Psychology*, 7 (18), pp. 250-257.
11. Yan E.A. (2019) Internet-slang v sovremennom kitaiskom yazyke: sotsiolingvisticheskiy aspekt perevoda [Internet slang as a part of modern Chinese language: Socio-linguistic angle of the translation]. *Molodoi uchenyi – The young scientist*, 4, pp. 451-454.