О.В. Монастырёва

АмГУ, г. Благовещенск

Портрет китайского общества в русскоязычном вещании Китая: формы журналистского отображения

В условиях, когда Китай играет всё большую роль в мировом сообществе, он сталкивается с необходимостью по-новому позиционировать себя в публичном диалоге стран и народов. Особую роль в этом играют СМИ, обращённые к зарубежной аудитории. В КНР наиболее крупным и авторитетным из них остается Международное радио Китая (см. [2]). Цели зарубежных голосов традиционно связаны с информационно-пропагандистским воздействием на аудиторию, выгодным позиционированием страны на мировой арене.

Реализация этих целей в программах Международного радио Китая на русском языке наглядно проявляется в материалах «персонального» жанра. В китайской журналистике так обозначен «портрет» деятелей политики, науки, культуры и представителей простых людей [3, с. 75]. В русскоязычном вещании сюжеты «персонального» жанра представлены в рубриках «Герои наших дней» и «Цвет китайской нации», которые выходят в эфир в составе программ «Экономический вестник», «Из жизни общества», «Китай и китайцы» и др.

Исходной посылкой обращения к подобным материалам является представление о содержании в них собирательного образа китайца, адресованного русскоязычной аудитории. Вербализованный в тексте образ героя персонифицирует систему ценностей всего китайского общества в период построения в стране общества *сяокан* – общества «среднего достатка», «малого благоденствия», основанного на «дружных семьях».

Были проанализированы 127 материалов, вышедших в эфир в период с 2006 по 2010 гг. Анализ проводился на основе обобщённой модели изучения роли персонажа в СМИ и принципов его изображения [5], по следующей схеме: 1. номинация; 2. социально-статусные характеристики; 3. окружение; 4. события и поступки; 5. психологические характеристики; 6. речевая партия. Материалы прозвучавших в эфире программ цитируются по печатной версии, расположенной на сайте Русской службы Международного радио Китая [6].

1. Номинация в рассматриваемых материалах ориентирована на представление социально-значимых характеристик человека. Положительная

© Монастырёва О.В., 2012

презентация героя начинается уже с заголовков. В них выделяются следующие способы номинаций.

Имя + статусная характеристика. Это наиболее распространённый тип знакомства с героем: *«Лю Цзеинь – президент первой в Китае негосударственной авиакомпании»*. Фиксируется событийный факт, объясняющий заслуги героя: *«Цзян Хэпин, директор китайского национального стадиона «Птичье гнездо», выигравший тендер на проведение Олимпиады-2008»*. Часть заголовков построена на шаблонных формулировках, где разными в представлении героев становятся только имена, ср.: *«Предпринимательница Чжан Хуамэй»*; *«Бизнесмен Чжан Юэ»*; *«Го Хэнянь – бизнесмен широкого профиля»*; *«Крестьянин Лу Гопин»*; *«Крестьянин Цуй Жуньцин»*.

Имя + результат карьеры. Акцентировано внимание на результативности достижений героя: *«Ван Чжэньтао – от плотника до крупного бизнесмена»*; *«Дин Лэй: от интернета – к фирме по разведению свиней»*. Номинации строятся по методу контраста: от обозначения стартовых условий (временная модель «прошлое») к описанию достигнутых успехов (модель «настоящее»). Чаще всего «прошлое» связано с состоянием бедности, непрестижности социального статуса. Распространённой характеристикой «настоящего» становится статус миллионера/миллиардера: *«Хуан Жэньчжи: от бедняка до миллиардера»*, *«Ли Вэнь: от 6000 юаней до миллионера»*; *«У Яцзюнь: бывшая журналистка стала миллионером»*.

Мораль/инструкция представляет «рецепт» успеха: *«Дамская сумочка открыла Чжан Цзеин двери в бизнес»*; *«Ши Чжэнжун: солнце даёт мне энергию»*. «Эксплуатируется» типичная номинативная схема: *«На блинчиках тоже можно заработать много денег»*, *«Продавая хорошие ткани, можно хорошо заработать»*, *«И на картофеле можно заработать миллионы», «И на мусоре можно хорошо заработать»*.

Как видно, любая из номинаций представляет героя как уважаемого, достойного представителя своей страны. Это человек деятельный, который своим примером должен засвидетельствовать успешное развитие всех сторон жизни китайского общества.

2. Социально-статусные характеристики, включающие обозначение профессии, уровня образования героя в анализируемых материалах являются одним из наиболее значимых компонентов. По роду занятий героями становятся крестьяне, спортсмены, врачи, партийные деятели, чиновники, бизнесмены, педагоги, учёные, рабочие и т.д. Истории «маленького человека» соседствуют с рассказами о так называемых «новых» китайцах. «Последнее время во всех китайских СМИ часто проходит портретная линия хозяев жизни – удачливых предпринимателей, их называют «новыми богатыми» (*синь фу*, *синь гуй*). Это преуспевающие люди, для которых в английском языке есть ёмкая характеристика self made man – человек сам себя сделавший. <…> Программы – со сказочными превращениями из чистильщика сапог в миллионеры и скромной учительницы в жёсткую и властную главу охранной фирмы очень популярны» [1, с. 9].

Примечательно, что при изображении подобных «превращений» во многих радиоматериалах сообщается об отсутствии у героя образования. *«Линь, как и многие китайские миллиардеры, университетского диплома не получил,*

он даже среднюю школу не окончил. Уже в 10 лет ему пришлось начать работать». На основе контраста описание достигнутого положения воспринимается с наибольшей положительной оценкой. Принцип изображения социально-статусных характеристик работает на общий вывод: в Китае успешным можно стать в любой сфере, в любых обстоятельствах.

3. Окружение служит более яркому раскрытию образа главного героя, его моральных и деловых качеств. Выделяются два уровня описания окружения: «близкий» (семья) и «дальний» (коллеги, партнёры).

В контексте описания семьи герой показан во взаимоотношениях с родителями, братьями-сёстрами, супругом, детьми. Присутствует обязательный акцент на том, как ситуация в семье повлияла на его дальнейшую судьбу. Героиня материала «Вы можете прожить на 10 долларов США в месяц» одна воспитывает троих детей и зарабатывает на их образование уборкой помещений и улиц. *«Чжан всё время думает, как и где можно заработать больше денег. Она собирает утиль и бегает ещё быстрее, чем раньше. Любовь матери – самое большое богатство на свете!»*. Описание семейных отношений даёт возможность журналистам Международного радио Китая строить диалог с зарубежной аудиторией на основе общекультурных ценностей, таких как любовь, дружба, забота, помощь, радость. В межкультурной коммуникации это становится заведомо эффективной, «выигрышной» темой.

Однако совпадение культурных кодов происходит не всегда. В программе «Железная леди китайского бизнеса» речь идёт об успешной предпринимательнице: *«Карьеру в Gree Electric Дун Минчжу начала в 36 лет. В 1990 г., получив должность регионального менеджера компании в провинциях Цзянсу и Аньхой, 8-летнего сына, которого после смерти мужа воспитывала она одна, отдала бабушке. Дун Минжу полностью сосредоточилась на работе»*. Вполне очевидно, что материал призван создать образ человека, которому можно «завидовать». Однако комментарий к сюжету, оставленный слушателем на сайте радиостанции, свидетельствует об обратном. Задаваемая положительная оценка не декодируется: «Ужасная судьба! Дун Минжу не понимает собственного несчастья. Прогнала сына и осталась одна!!!!!!!!!» (пунктуация сохранена. – *О.М.*).

Описание «дальнего» окружения героя также говорит о его лучших человеческих качествах: ответственности, надёжности. Таков герой материала «Чжан Цзиньчжу, который помог местным жителям начать безбедную жизнь»: секретарь партийной ячейки стал банковским поручителем бедного крестьянина. Многочисленны примеры описания благотворительной деятельности героев, среди которых оказываются не только состоятельные бизнесмены, но и «маленькие люди» («Бай Фанли – известный велорикша в Тяньцзине»). Тема семейных отношений становится ключевой даже при описании «неродственных» отношений: *«…её бывшие коллеги для неё как родные, и раз они столкнулись с проблемой в жизни, она должна помочь им»* («Дин Мэй: никогда не поздно открыть собственный бизнес»). Герои характеризуются как члены одной большой семьи – Родины. Всегда сообщается, что герой, даже если живет в другой стране, имеет китайские корни.

Таким образом, показ героя в его окружении способствует как раскрытию внутреннего мира персонажа, так и служит для характеристики социальной

среды, в которой он существует. На уровне окружения контраст в социально-статусных характеристиках нивелируется. «Маленькие» люди не существуют отдельно от «больших», но показаны в общем мире, объединённом заботой и взаимной помощью. Описание семьи как ключевой мотив материалов развернуто во времени (преемственность семейных уз из прошлого в будущее, от родителей к детям и внукам). В пространстве мотив семьи реализуется в образе семьи-страны.

4. События и поступки. Каждый выпуск рубрик «Герои наших дней» и «Цвет китайской нации» разворачивается как цепочка поступков героя. Их набор, отобранный журналистами для «портрета», формирует нарративный образ реальности. «Нарратив (от лат. narro ‘рассказывать, сообщать’) – понятие, заимствованное из литературоведения, оно обозначает последовательность изложения и структуру сообщения (сюжет, завязка, развитие конфликта, развязка)» [4, с. 79].

Основанный на схеме В.Я. Проппа нарративный анализ передач «персонального» жанра Международного радио Китая показал наличие в их текстах следующих сюжетных схем, восходящих к структуре волшебной сказки: 1. Герой оказывается в тяжёлом положении (недостача). 2. Усиление проблемы, отсутствие помощи (усугубление). 3. Герой самостоятельно предпринимает попытку разрешить проблему (попытка). 4. Герой терпит неудачу, сталкивается с новыми препятствиями (преткновение). 5. Герой осознаёт необходимость изменений (перепутье). 6. Герой использует предоставленную извне помощь (помощь). 7. Герой добивается цели (победа). 8. Герой делится полученным благом с другими (раздача).

Проиллюстрируем сказанное на примере материала «Пин Яли – человек необычной судьбы».

«Недостача». Её функцию в тексте выполняет факт болезни героини: *«Из-за врождённой катаракты она не могла видеть наш яркий мир»*.

«Усугубление». Сообщается о новых семейных обстоятельствах – болезни сына. *«В то время она должна была содержать и воспитывать маленького сына, он тоже слепой. Жизнь была для них тогда очень тяжёлой».*

«Попытка». Героиня поступила в специальную школу для инвалидов по зрению и начала заниматься спортом. В 1984 г. на первой для Китая Паралимпиаде завоевала золотую медаль.

«Преткновение». *«Однако для всех спортсменов рано или поздно наступает пора прощания с большим спортом. После ухода из лёгкой атлетики Пин Яли поступила на работу в компанию. И хотя зарплата у неё была не высокой, она была довольна своей работой. Однако через несколько лет компания оказалась на грани банкротства и Пин Яли вынуждена была уволиться»*.

«Перепутье». Героиня ставит перед собой три жизненные цели: трудоустройство, открытие своего дела, развитие бизнеса. *«…эта необыкновенная женщина не падала духом, она была уверена, что сможет своими силами изменить жизнь к лучшему. Ведь физические недостатки – это не выбор инвалида, зато он может сам выбрать свою жизнь»*.

«Помощь». *«Она одолжила у брата 20 тыс. юаней и на эти деньги переоборудовала квартиру. Квартальный комитет и ассоциация инвалидов бесплатно предоставили ей кровати и оборудование для массажного кабинета»*.

«Победа». Героиня открыла кабинет лечебного массажа, после чего *«…жизнь её семьи заметно улучшалась»*.

«Раздача». Дело героини приносит пользу не только пациентам, но и даёт работу десяткам других инвалидов. «*Она расширяет свой бизнес, создавая дополнительные рабочие места для инвалидов по зрению. Кроме того, она принимает активное участие в общественной жизни, во многих мероприятиях. Она настойчиво призывает помогать инвалидам, создавать для них как можно больше возможностей для самореализации»*.

Аналогично описанию событий в волшебной сказке, выявленные элементы сюжета обнаруживают наличие парности (бинарности) функций: тяжёлое положение сменяется достижением благополучия, отсутствие поддержки в начале истории – оказанием помощи впоследствии. Нарративный образ реальности формируется от «плохого» к «хорошему».

Кроме того, элементы нарратива в модифицированном виде логично организуются в выделенные В.Я. Проппом «круги действий» героя и его окружения. Круг действий «антагониста» в рассматриваемых текстах, как правило, не персонифицирован. Герою противостоят не конкретные люди, а негативные обстоятельства: болезнь, бедность, неурожай, сокращение, банкротство. Круг действий «дарителя» и «помощника» воплощается в поддержке семьи, коллег, государства. «Волшебным средством», полученным от них для разрешения проблемы, становятся советы, деньги, реформы.

В целом, мотивы лишений, испытаний героя делают материалы рубрик воплощением мифа, сказки, легенды. Журналисты выступают в роли интерпретаторов событий, снабжая их необходимыми оценками и встраивая в ценностный ряд национальной картины мира.

5. Психологические характеристики героя носят подчинённый характер и показаны через событийный ряд. Несмотря на то, что в центре повествования всегда находится незаурядная личность, в рассматриваемых материалах описание чувств и переживаний героя не является важным мотивом. Они проступают в тексте в виде уже сформулированных, названных автором оценок: *«Го Хэнянь в 25 лет открыл собственный бизнес. Это не только связано с его семейным состоянием, но и с его характером, личными способностями, сильным духом. Всё это стало важным фактором его успеха в бизнесе»* («Го Хэнянь – век живи, век работай»). Как правило, упоминанием «ключевых» качеств (сильный дух, упорство) описание психологического портрета ограничивается.

Более подробно психологические черты героя видны в материалах, посвящённых людям с ограниченными возможностями («инвалид» упоминается редко, только как синоним к другим описательным оборотам). Примечательно, что слушатель не встретит описания внутренних переживаний героя из-за болезни. Герою даётся лишь дополнительная к статусной характеристика: *«Хотя его рост всего 1,1 м, но это не мешает ему иметь хорошие отношения с людьми. Местные люди говорят, что у него не только золотые руки, но и доброе сердце. Он никогда не завышал цену за свою работу. Местные жители давно считают его своим хорошим соседом и вежливо называют его «Айгэ»* («Айгэ – низкорослый мужчина с добрым сердцем и неунывающим характером»). По наблюдениям, только в подобных материалах

встречается описание внешности героя (как раз за счёт этого авторы обходятся без слова «инвалид»).

В традиции китайской культуры не свойственно показывать душевные переживания человека «крупным планом». Именно этим объясняется профессиональное поведение китайских телеоператоров на спортивных трансляциях (например, во время Олимпиады), когда камера отворачивается от слёз спортсмена. Обнажать эмоциональную слабость героя неприемлемо с точки зрения этических принципов. В рассматриваемых сюжетах факт непохожести героя на здоровых людей специально не развивается, что создаёт впечатление естественности состояния человека. Именно такая подача материалов о людях с ограниченными возможностями считается этически профессиональной в журналистской среде, а до слушателей Международного радио Китая призвана донести образ сильного китайского человека, заботы о нём государства и веры в лучшее будущее.

6. Речевая партия. Как показал нарративный анализ, все материалы «персонального» жанра содержат три основных фрагмента: описание проблемы, её преодоление и разрешение. Речевая партия героев (прямая речь) иллюстрирует эти этапы, на что указывают повторяющиеся лексические маркеры.

При вводе первой речевой партии, описании проблемы, практически в каждом материале используется оборот *«те времена»* («те годы», «раньше»). *«Вспоминая <u>те времена</u>, она сказала: «Ещё в детстве я мечтала открыть свой ресторан...»* («Лили – владелица нескольких ресторанов»), *«…Вспоминая <u>те времена</u>, Чжан Юэ сказал: «В* ***то время*** *у нас в компании условия были ограниченными…»* («Бизнесмен Чжан Юэ»). Речевая партия «те времена» иллюстрирует обобщённое прошлое Китая, связанное с тяжёлым положением самого героя и всей страны.

Вторая речевая партия соотносится с описанием преодоления проблемы. Лексические маркеры помогают увидеть, *что* становится точкой изменения в судьбе героя. Чаще всего эта ситуация связана с политическими реформами. *«…<u>Стабильная политика</u> и перспективный рынок вселяли большую уверенность. Вот что рассказывает Хуамэй: «В стране проводили <u>стабильную и льготную политику</u>, поэтому я была уверена, что смогу преодолеть временные трудности и восстановить свое дело…»* («Предпринимательница Чжан Хуамэй»).

Третья, заключительная речевая партия иллюстрирует нынешнее положение, подтверждая правильность поведения отдельного человека и государства. С помощью лексического маркера «раньше–сейчас» в уста героя вкладывается сравнение ситуации прошлого и настоящего: *«…Лу Хогэнь рассказывает: «Вспоминая <u>тот период</u>, могу сказать, что я человек, который смело практикует и творит. Я успешный. Успеха я достиг благодаря осуществлению в стране эффективной политики. <u>В настоящее время</u> государственная политика более гибкая и мягкая, поэтому перспективы китайских предприятий улучшаются»* («Предприниматель Лу Хогэнь»).

Обобщая анализ изображения героев в рубриках Международного радио Китая «Герои наших дней» и «Цвет китайской нации», следует отметить, что система ценностей китайского общества воплощается в достижении героями «китайской мечты»: *«Одно перечисление деловых достижений и*

общественных заслуг Ли Цзячэна займет немало времени. Составители официальной биографии бизнесмена стремятся показать Ли Цзячэна не просто удачливым бизнесменом, но и живым воплощением ***«китайской мечты»*** («Самый богатый китаец, сянганец Ли Цзячэн»). Это понятие появилось в Китае по аналогии с «американской мечтой» и в китайском варианте получает следующее ценностное наполнение: семейное благополучие, достижение успеха, служение обществу, самореализация, обретение богатства. «Портреты» современного китайского общества становятся персонифицированной иллюстрацией достижений страны. Героями историй о процветании Поднебесной становятся представители всех социальных слоёв общества: от политиков и бизнесменов до крестьян. Все они, каждый на своём месте, работают на собственное и общее благо.

Мир современного китайского общества предстаёт развёрнутым во времени и пространстве: история героя – это история его прошлого, настоящего и будущего, где человек меняет социальный статус, занимает более успешное пространство (меняет место работы, жительства). Герои действуют в привычных обстоятельствах, но реализуют в них частный случай «победы». Тем самым в собирательном «портрете» китайского общества связывается миф и рациональное знание. Задача журналистов – дать русскоязычной аудитории готовое представление о ценностных нормах китайского общества в момент его превращения в общество *сяокан*.

И хотя подобные жизнеописания также характерны для внутренних СМИ Китая, в случае, когда они адресованы зарубежной аудитории, к ним добавляются новые оценочные значения. Герой оценивается с точки зрения этнокультурной позиции как «Значимый Другой». В этом смысле на примере программ «персонального» жанра можно говорить о продолжении традиции типизации образа, которая пришла в китайские СМИ из пекинской оперы. Аналогично законам пекинской оперы, материалы Международного радио Китая рассматриваемого жанра не должны оставлять никаких сомнений в том, с каким знаком – «плюс» или «минус» – следует оценивать героев и какая в их истории мораль. Описание героев соответствует принципам описания человека в рамках конфуцианской морали: все герои воплощают образцы «идеального мужа» своей страны.

Литература

1. *Буров В.Г.* Китай и китайцы глазами Российского учёного. М.: Ин-т философии РАН, 2000. 224 с.

2. *Истомин М.* Они стали первыми. Вещание на заграницу из Китая и рейтинг международных вещателей / ДХ портал (DX Portal). Рубрика «Вещая поверх границ». 2009. № 10. URL: http://www.portalostranah.ru/view.php?id=93.

3. *Ли Динсинь*. Пресса Китая в условиях экономической реформы (90-е гг. XX века) / Под ред. *С.М. Виноградовой*. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2000. 168 с.

4. *Назаров М.М.* Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: Аванти плюс, 2003. 428 с.

5. *Потсар А.Н.* Речевая структура персонажа в массовом тексте: Автореф. дис. канд. филол. наук. СПб., 2006. 18 с.

6. www.russian.cri.cn. Официальный сайт Международного радио Китая на рус. яз.