Информационное пространство. Медиадискурс

信息领域与媒体话语

Information Space. Media Discourse

УДК 070:81(470+510)

DOI: 10.17150/2587-7445.2019.3(4).53-65

Культурная память России и Китая в ментальном ландшафте СМИ **И.В. Ерофеева**

Забайкальский государственный
университет,
Чита, Россия

А.В. Муравьев

Хулуьбуирский институт,
Хайлар, КНР

Дата поступления:

30.09.2019

Дата принятия к печати:

16.12.2019

Дата онлайн-размещения:

28.12.2019

Аннотация. Представлен лингвокультурологический анализ ключевых концептов национального мировидения в российских и китайских СМИ. Предложено обоснование концептуальной картины мира, объективированной в медиадискурсе. Концепты, как когнитивно-языковые структуры, поддерживаются фоновыми знаниями адресанта и адресата, задействуют смыслы прототекста, стимулируют адекватную интерпретацию медиатекста и обеспечивают результативность его воздействия на когнитивные, эмоциональные и поведенческий уровни восприятия потребителя. Пространство подобного текста СМИ образует ментальный ландшафт, который есть совокупность ценностей, отражающих спектр жизнедеятельности людей определённой территории и транслирующихся во времени в парадигме «прошлое — настоящее — будущее». На основе исследований в области когнитивной и психо — лингвистики, журналистики, социальной философии утверждается, что новыми технологиями медиа, текстовыми и форматными, управляет коллективная культурная память. Эмпирическую базу исследования составили более 500 текстов российских и китайских СМИ. Культурный ландшафт медиадискурса представлен текстами, в которых встроены ядерные концепты национальной картины мира России и Китая: коллективизм (соборность), патриотизм. В статье дана характеристика особенностям репрезентации данных концептов во взаимосвязи с процессом объективации доминирующих ценностей культуры Китая и России. Интенсивная репрезентация концептов в массмедиа обеспечивает необходимую национальную идентификацию в российском и китайском социуме, позволяет реализовывать культурно-наследственную функцию СМИ и защищать исконные традиции общества, транслировать идеалы и культурное наследие предыдущих поколений.

Ключевые слова. СМИ, Россия и Китай, культурная память, концепт, языковая личность медиатекста, национальная идентичность, национальная картина мира, ментальный ландшафт медиадискурса, репрезентация.

俄罗斯和中国在媒体心理景观中的文化记忆

Erofeeva I.V.

后贝加尔国立大学
赤塔, 俄罗斯联邦

Muravyov A.V.

呼伦贝尔大学, 海拉尔,
中华人民共和国

结稿日期: 2019年9月30日
出版日期: 2019年12月16日
网上出版日期: 2019年12月28日

摘要. 介绍了对俄罗斯和中国媒体中民族世界观主要概念的语言文化分析。提出了媒体讨论中客观的世界概念图的理由。作为认知-语言结构的概念, 得到了传达者和接受者的背景知识的支持, 使用原型文本的含义, 激发对媒体文本的充分解释, 并确保其对消费者感知的认知, 情感和行为水平的影响。此类媒体文本的空间形成了一种心理景观, 它是一组反映特定地区人民生活谱系的价值, 并以“过去-现在-未来”的形式随时间传播。基于认知和心理语言学, 新闻学, 社会哲学领域的研究, 有人认为新的媒体技术, 文本和格式受集体文化记忆的控制。该研究的经验基础是500多种俄罗斯和中国媒体的著作。媒体话语的文化景观由嵌入俄罗斯和中国世界国家景象的核概念的文本代表: 集体主义(共谋), 爱国主义。本文结合中国和俄罗斯主要文化价值观的客观化过程, 描述了这些概念的表述特征。在大众媒体中对概念进行集中表示, 可以在俄罗斯和中国社会中获得必要的民族认同, 可以实现媒体的文化继承的功能, 并保护社会的原始传统, 传播前几代人的思想和文化遗产。

关键词. 媒体, 俄罗斯和中国, 文化记忆, 概念, 媒体讨论的语言人格, 国家认同, 世界图景的民族性, 媒体心理景观, 代表制。

Cultural Memory of Russia and China in Mental Landscape of Mass Media

Erofeeva I.V.

Zabaikalye State University
Chita, Russia

Muravyov A.V.

Hulunbuir Institute,
Hailar, China

Received: September 30 2019
Accepted: December 16 2019
Available online: December 28 2019

Abstract. The article presents a linguoculturological analysis of key concepts of national vision in the Russian and Chinese mass media. It offers substantiation of a conceptual view of the world objectified in a media discourse. The concepts, as cognitive-linguistic structures, are supported by the background knowledge of the addressee and the addresser, involve the meanings of the proto-text, stimulate an adequate interpretation of the media text and ensure the effectiveness of its impact on the cognitive, emotional and behavioral levels of consumer's perception. The space of such a media text forms a mental landscape, which is a set of values that reflect the spectrum of people's life on a certain territory and that are broadcast over time in the paradigm of «past – present – future». Based on research in the field of

cognitive linguistics and psycholinguistics, journalism, social philosophy, it is argued that the new media technologies, textual and formatted ones are controlled by a collective cultural memory. The empirical base of the study was more than 500 texts of Russian and Chinese mass media. The cultural landscape of the media discourse is represented by texts in which the nuclear concepts of the national view of the world in Russia and China are embedded: collectivism (collegiality), patriotism. The article describes the features of these concepts' representation in conjunction with the process of objectification of the dominant cultural values of China and Russia. An intensive representation of the concepts in mass media provides necessary national identification in Russian and Chinese societies, allows to implement the cultural hereditary function of the media and to protect the primordial traditions of the society, to transmit the ideals and cultural heritage of the previous generations.

Key words. Mass media, Russia and China, cultural memory, concept, linguistic personality of media text, national identity, national view of the world. mental landscape of media discourse, representation.

Введение. Современную политику сложно представить без объединений и союзов, гарантирующих поддержку в сложной экономической, политической и военной ситуации. В 2001 г. документально был обозначен альянс России и Китая, президент РФ Владимир Путин и председатель КНР Цзян Цзэминь подписали программный документ, определяющий развитие российско-китайских отношений в новом мире, — «Договор о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве».

Но и до этой знаменательной даты многоаспектные взаимодействия России с Китаем были достаточно плотные, как на правительственном уровне, так и в сфере общечеловеческих отношений между гражданами наших стран. В рамках договора мы официально были объявлены союзниками и единомышленниками, ориентированными на долгосрочное стратегическое партнёрство. Стали частыми встречи президентов, проводятся совместные военные учения, активно реализовываются экономические проекты, заключаются газовые контракты, обсуждаются

договорённости в сфере космической промышленности, китайские компании сыграли важнейшую роль в строительстве крымского энергомоста.

Некоторые европейские политики настороженно наблюдают за начавшемся объединением двух крупнейших стран, тем не менее, образовавшийся альянс непосредственно соответствует национальным приоритетам наших стран. К сожалению, глобализация способствует нивелированию национальных границ и государств, в эпоху информационной, социальной, экономической интеграции всё сложнее сохранить свой исконный культурный код, свои самобытные формы трансляции национальных смыслов. В межкультурном диалоге Китая и России есть свои не только политические, но и духовные интересы.

Культурная память в сфере массмедиа. Методология вопроса.

Очевидно, что сохранение самобытности той или иной страны неразрывно связано с культурной преемственностью и тиражирова-

нием исконных образцов мировосприятия. Закрепление данных конструктов в пространстве массмедиа обусловлено особенностями речемыслительной деятельности человека с помощью языка. Язык, точнее его концептуальное содержание, отражает национальную философию социума. В концептах и национальных стереотипах фиксируется богатый опыт многочисленных поколений и закреплены основные коды культуры. Лексика, синтаксис и другие составляющие языка — лишь вспомогательный инструмент для объективации сознания человека.

В рамках современной когнитивной лингвистики языковая личность автора медиатекста — это личность, выраженная в языке текста и через язык. Создатель медиатекста, будучи субъектом определённой национальной общности, олицетворяет языковую личность конкретной культуры и представляет собой совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений — текстов [1–3]. Автор, воспринимая и обрабатывая фактуру окружающего мира, апеллирует едиными для него и потребителя фоновыми знаниями, он нацелен на интерпретацию действительности, которая осуществляется в рамках его национальной картины мира. Очевидно, что только сквозь призму индивидуальной памяти мы можем «взглянуть на коллективную память» [4, с. 31].

Лингвокультурный шаблон восприятия и отражения мира в пространстве текста связан с апперцепцией — внутренней готовностью автора и потребителя воспринимать и интерпретировать какой-либо объект или эпизод определённым образом, что, в свою очередь, способствует сохранению социокультурной стабильности. Репрезентация национальных ценностей в СМИ посредством концептов позволяет защищать традиции, взгляды, убеждения и ценности определённой страны, она создаёт плодотворную почву для идентификации — конструирования и сохранения важного для нации образа «Мы». Традиционный и привычный канон мысли, восприятия и поведения есть конструктив-

ная косность и ригидность картины мира, крайне необходимая для выживания социума и самих массмедиа.

В национальной картине мира смысловым стержнем её организации выступает концепт, который замещает нам в процессе мыслительной деятельности неопределённое множество предметов одного и того же смыслового блока. В своей статье мы придерживаемся лингвокультурного направления, изучающего специфику национальной концептосферы и рассматривающего культуру как совокупность концептов и отношения между ними. В рамках данного подхода Ю. Степанов называет концепт «основной ячейкой культуры в ментальном мире человека» [5, с. 43]. В своих многочисленных исследованиях мы изучаем языковое наполнение концептов в медиатексте как элементов отечественной культуры автора в их тесной взаимосвязи с национальными ценностями страны [6].

Концепт представляет собой некую символическую смысловую схему, аккумулирующую устойчивые представления, эмоции, паттерны поведения социума относительно важных категорий человеческого бытия. С.Г. Воркачёв именуется концепт «единицей коллективного знания/ сознания» [7], Е.С. Кубрякова — «оперативной содержательной единицей памяти», так как концепт концентрирует общезначимые для лингвокультурной общности признаки и соответствующий народный опыт [8, с. 275]. Концепты отражают культурное ядро социума, демонстрируют сущность его национально-го менталитета, раскрывают особенности способов общения и деятельности людей. С точки зрения В.В. Колесова, концепты представляют собой опорные сети коренных понятий национальной культуры и существуют вне времени и пространства, познаются интуитивно и воспринимаются носителями культуры одинаково, но с разной силой и энергией [9, с. 25].

Концепт по своей природе — аксиологичен, он репрезентирует духовно-нравственные ценности, смысл которых знаково оформляется в концептуальном поле языка. Концепт есть своеобразный сгусток культуры в сознании автора медиатекста,

посредством концепта он рефлексивизирует и приобщается к культуре, а изучение концептуализированной сферы массмедиа позволяет моделировать национальную и аксиологическую картину мира представителя определённого социума.

Сконструированные с использованием национальных представлений медиатексты образуют **культурный ландшафт массмедиа**, имманентно ориентированный в прошлое, отражающий реальность сегодняшнего дня и создающий ценностный фундамент для будущего. Пространство подобного текста есть совокупность необходимых ценностей, которая транслируется во времени и определяет спектр нынешней и будущей жизнедеятельности людей определённой территории.

Культурный ландшафт массмедиа воспроизводит знаковые системы конкретной культуры. Это явление, обусловленное географическим пространством и лежащее в срезе семиосферы социума, оно демонстрирует возможности, потенциал и инструментарий культурной памяти человека. Термин «**культурная память**» принадлежит Яну Ассману, который в монографии «Культурная память. Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности» подчёркивает прикладную значимость проблем памяти и воспоминаний [10]. Вслед за известным культурологом профессор В. Ф. Олешко понимает «культурную память» как особую форму не только актуализации, но и *трансляции* при посредстве массмедиа различных культурных смыслов. Ведь данный вид памяти — это в первую очередь «рождение несовременности» и «обретение/воскрешение смысла» [11]

В современном мире глобализации продвижение моделей национального мировидения первостепенно. Миру и планетарной цивилизации мы интересны лишь в той мере, в какой сохранили свою идентичность. Сохранность самого государства в условиях информационно-психологических войн XXI века непосредственно зависит от тотальной поддержки национальных приоритетов: «значимой для обеспечения многих социальных функций государства, в том числе и построение надёжной социальной

безопасности, является задача формирования массовой идентичности» [12, с. 162; 13].

В нашей статье поставлена **цель** — дать лингвокультурологическую характеристику ядерным концептуальным смыслам российской и китайской культуры, репрезентированным в тексте СМИ — концептам *Коллективизм (Соборность)*, *Патриотизм*. Эмпирическую базу исследования составили более 500 текстов российских и китайских СМИ.

Россия и Китай как медиапространство общих ценностей

С.Г. Тер-Минасова справедливо замечает, что «только выйдя за рамки своей культуры, то есть, столкнувшись с иным мировоззрением, можно понять специфику своего общественного сознания, увидеть различие или конфликт культур» [14; с. 34]. Как правило, естественное ощущение себя и своего национального лица осуществляется в парадигме «Свое-Чужое», в режиме столкновения совпадений и противоречий культурных констант. Увидеть Свой мир возможно лишь через призму осознания и лицезрение Другого.

В культурном поле любой страны существуют ядерные концепты мировидения, которые позволяют представителям разных национальностей не просто говорить об одном, но чувствовать и видеть разноликую палитру красок, аккумулированную в концептуализированной сфере, переживать схожую глубину и сложность духовно-бытийных смыслов человека.

По мнению польского лингвиста А. Вежицкой, языковые и культурные системы в огромной степени отличаются друг от друга, но существуют семантические и лексические универсалии, указывающие на общий понятийный базис, на котором основывается человеческий язык, мышление и культура» [15, с. 322]. Китай и Россия, на наш взгляд, имеют общие культурные столпы, сближающие наши народы и гарантирующие полноценный диалог между странами. **Специфика данного исследования заключается в авторской интерпретации данного диалога сквозь призму определённого менталитета, носителем которого являются авторы статьи.**

В этнопсихологии измерение культур охватывает разное количество элементов, регулирующих поведение индивида в общ-

ности. Но есть стержневые компоненты культуры, относительно которых сосуществуют другие ментальные конструкторы. Ключевой доминантной является «индивидуализм / коллективизм», артикулирующие ориентацию социума либо на индивидуальные, либо на групповые цели. Россия и Китай — культуры коллективистского типа, что непосредственно обусловлено историей стран.

Россия и Китай — государства, на огромных территориях которых проживают и мирно сосуществуют разные этносы. Под названием «россияне» и «китайцы» объединено множество народов и этнических групп. На территории России славянские, балтские, финские, угорские, норманнские, тюркские этнические корни постепенно смешивались, формируя новые этнические образования. Сегодня в России проживают более 190 народов. А в Китае официально насчитывается 56 национальностей.

Исследователь менталитета культуролог Г. Гачев пишет, что в России первично целое, один за всех и все за одного — «лебединая песня России» [16, с. 223, 187], в отличии, например, от Америки, построившей свою историю на собирательности индивидов и культивирующую самостоятельность и силу одиночек. Лингвист В. В. Колесов утверждает, что соборность есть первая особенность русского мышления, процесс которого есть соборная дума, а не личная мысль индивида [9, с. 295].

С золотого века русской литературы и благодаря А. С. Пушкину соборность в России воспринимается как огромный хоровод, движение плечом к плечу, взявшись за руки, не на разжиме, а на притяжении и обвязывании всех всеми. В образовавшемся сплочении сила — вторична, так как слабое звено хоровода удержат остальные. Для носителей российского менталитета соборность есть единение на основе одних и тех же ценностей, это свободное притяжение людей, единство на основе свободы выбора. Лексема «единство» — антонимом «разобщенности и разделения», в русском языке функционирует соответствующий синонимический ряд: *консолидация, солидарность, сплочённость, неразрывность связей*.

Индивидуализм в России не в чести. Поговорка «Моя хата с краю» характеризует злого и равнодушного человека. В нашей стране культивируется единство человека и мира, которые, как уточняет В.Н. Сагатовский «не против друг друга, а вместе» [17, с. 103], самоценные и самодостаточные. Приоритет и важность интересов коллектива частотна отражена в многочисленных пословицах: «Одной рукой и узла не завяжешь», «Вместе тесно, а врозь скучно», «Один в поле не воин».

Согласно проведённому контент-анализу, концепт *Соборность* в информационном пространстве России детализирован фреймами «свобода в единстве», «духовное родство», «любовь к другим», «чувство долга» и «общая ответственность» [6, с. 212–234]. Технологии актуализации национальных смыслов многообразны. Так, в журналистских, политических и социальных коммуникациях достаточно часто артикулируется лексема «вместе»: Вместе со своей страной; Вместе — мы лучше, вместе мы — сила; Вместе победили; Давайте праздновать вместе; Вместе против рака груди; Вместе против коррупции и др.

Фрейм *Соборность* — «свободное единение» в общем тексте СМИ культивирует ценности братства и любви, согласие людей и симфонизм народов разных национальностей, подчёркивает единство человека и природы, пространственно-временную целостность в исторической судьбе страны — зависимость будущего от прошлого. Востребованные сегодня диалоговые конструкции медиатекста, интерактивный контент социальных проектов и ток-шоу сближает коммуникантов: создателя контента и потребителя, объективирует целостность массовой коммуникации, конструирует единое *Мы*.

В последние годы в стране массово отмечают День народного единства, смыслы и ценности этого праздника отражены в многочисленных публикациях разных СМИ: *«Мы вместе. Общность бытия. Что отмечают россияне 4 ноября* (Известия.ru. 2019. 4 нояб.); *«Почти 70% россиян считают, что важно отмечать День народного единства 4 ноября. По мнению граждан, этот праздник способствует сплочению. Об этом свидетельствуют данные Всероссийского центра изучения общественного мнения»* (Российская газета. 2019. 31 окт.)

В журналистике чрезвычайных ситуаций соборный дух героев медиатекста позволяет справляться с природными бедствиями, техногенными катастрофами, аварийными и неоднозначными житейскими ситуациями: *«Таков уж русский менталитет, что объединяет нас жесткая драка с внешним врагом. И не важно, что еще вчера твой сосед, может, хищно поглядывал на твою жену. Или, к примеру, получил должность, на которую претендовал ты. Или... Все это меркнет, когда на горизонте появляется враг»* (Вечерняя Москва. 2018. 5 нояб.); *«Помогали всем миром. <...> О готовности помочь сообщили соседние регионы. Самых тяжелых вывозили транспортная авиация и вертолеты МЧС. Откликнулись все»* (НТВ. 2018. 17 окт.).

Идея коллективизма крайне востребована и в истории Поднебесной, она является неотъемлемой частью китайского менталитета, но одновременно конструкт имеет свой национальный калорит. В стране доминирует коллективистская ориентация, и направленность на коллективизм носит социогенный характер. С древнейших времён в Китае интересы общества стоят выше, чем интересы отдельного гражданина. Сила коллективистского начала связана как с многочисленным населением, так и с ценностями, которые пропагандировались древней культурой, базисом которой являются конфуцианский морально-этический комплекс, традиции буддизма и даосизма.

Почитаемые в этой стране Великодушие и Всепрощение в рамках ментальной китайской философии есть рассредоточение своего «Я» на других, в исчерпании своего сердца во имя другого. В национальной картине мира Поднебесной парадигма сотрудничества трактуется древней концепцией единства через гармонию разнородного — «хэ». Истоки данного мировоззрения берут своё начало в VIII-VII вв до н.э. В то время бытовало космогоническое представление о взаимодействии двух полярных сущностей: *ян* — мужское и светлое, *инь* — женское и тёмное. Борьба противоположностей воспринималась как объективный закон существования природы, благодаря которому появились пять стихий: земля, вода, огонь, дерево и металл. Именно

благодаря взаимопорождению и взаимопреодолению разностей без доминанты какой либо одной стихии возможно существование всего живого в природе [18; 19] В китайской культуре единство и единение доступны либо на пути равного в усилиях столкновения разностей через взаимное преодоление полярных воззрений, либо на иной основе договорённости, когда участники добровольно соглашаются на предложение от правителя. В древнекитайских трактатах постулируется необходимость гармонического единства лишь в опоре соглашательских взаимоотношений внутри иерархии власти. Иерархичность взглядов переносится и на семейные отношения: жена должна быть готова погибнуть во имя мужа, муж должен быть готов погибнуть ради верности правителю.

Современный Китай нацелен на сохранение уникальности своей культуры, одновременно, в том числе во внешней политике, он тяготеет к многостороннему сотрудничеству, предпочитая гармоничное единство разностей. Данная парадигма особенно близка соборному духу традиционной России.

В 2019 г. Китай с размахом отмечает 70-ю годовщину образования народной республики. Это событие широко отражено на страницах многих китайских СМИ. Так, в материале ежедневного издания «Хуаньцю шибао» (2019. 30 сент.) автор подводит итоги развития страны, коллективистский дух, также как и в русской журналистике, артикулируется за счёт личных местоимений *наш, мы, всех* и лексемы «народный», тем самым демонстрируется объединение усилий всех жителей страны в становлении и развитии китайской экономики и государственности: **«Наша страна по праву называется народной республикой. И через десять лет после того, как Китай стал второй экономикой в мире, самой обсуждаемой темой осталось народное благосостояние»** (我们的国家的确是人民共和國，我們在成為世界第二大經濟體之後的近10年里談論最多的依然是民生); **«Китайская Народная Республика — защита для всех китайцев. Мы — люди разных профессий и специальностей, но все выполняем одну и ту же работу. Несколько десятилетий назад мы с трудом могли прокормить семью,**

но вслед за подъёмом страны, незаметно изменилось место каждого работника в системе глобализации» (中华人民共和国是所有中国人个人命运最外部的屏障。我们是各行各业的劳动者，一份同样的工作，在几十年前让我们勉强养家糊口，但随着中国崛起，我们每个劳动者在全球化体系中所处的位置悄然变化)。

Единое «Мы» образует сплочённый социум духовно-нравственного порядка: **«Мы — трудолюбивый и смелый народ, мы всегда вместе со своей страной, вся наша жизнь проходит на её прочной платформе. Наша надежда на хорошую жизнь священна, а наши старания и отдача в условиях глобализации ценятся все больше. Наша жизнь — больше не блуждание в море людей, осознанное или нет, мы все разделяем ориентацию, присущую нашей стране»** (我们是勤劳勇敢的人民，与国家在一起，我们的人生建立在了一个坚实的平台上。我们过美好生活的愿望是神圣的，我们的努力和付出在全球化中受到越来越多的尊重。我们的人生不再是在茫茫人海中的流浪，无论是否是自觉的，我们都得以分享这个国家强有力的方向感)。

Яркий метафорический пример востребованности концепта Коллективизм можно увидеть в материале «Путешествие в Россию: ощущение культурного развития» китайского издания «Байцзяхао». Автор описывает выступление членов хора как работу единого слаженного организма, слёзы вызывает патриотическая песня о родине, объединяющая исполнителей на сцене и зрителей в зале: **«Хормейстер Ли Шуан настолько вдохновился всеобщей радостной атмосферой, что развернулся лицом к зрителям и будто бы стал руководить и ими. Внезапно и хор, и зрители запели в один голос, песня лилась рекой, словно до этого все было отрепетировано. В тот момент, когда раздались звуки китайской песни «Я и моя Родина», многие члены хора не смогли сдержать слез. Но певцы не утирали их, позволяя скатываться по щекам»** («合唱团指挥李爽被现场热烈的气氛所感染，情不自禁地转身面向观众，指挥全场，台上台下同声高歌，有的还伴着歌声翩翩起舞，俨然就是事前排练好的全场秀。特别是当《我和我的祖国》歌声响起那一刻，很多团员都流下了热泪，可是没有一个人用手去擦，任凭泪水尽情地流淌)。

Последовательное и настойчивое отстаивание общих принципов социума создаёт благостную когнитивно-поведенческую почву для кристаллизации аксиологии культуры. В новом материале издания «Жэньминь жибао» (2019. 22 окт.) подчёркивается особый путь развития Китая, который выбрал и определил сам народ: **«Китай не собирается плясать под чужую дудку, он продолжит неуклонно следовать той дорогой и в том направлении, которое выбрал и определил для себя сам»**.

Патриотизм как «способность созерцания души»

Концептуализированная сфера Коллективизма неразрывно связана с концептом Патриотизм, что и демонстрируют предложенные примеры российских и китайских СМИ. Смысловые акценты данных конструкторов объединяют национальные картины мира России и Китая. На современном этапе развития мира в целом происходит масса событий, оказывающих влияние на патриотическое воспитание, любовь или нелюбовь или даже ненависть к своей стране, готовность или отказ служить родине. В данном контексте средства массовой информации выстраивают идеологию современного общества, особенно молодого поколения.

Во всем мире патриотизм в целом воспринимается как глубоко положительное чувство преданности и любви к своему отечеству и своему народу, но, будучи неоднозначным проявлением человеческих ощущений, представляет собой сложное переплетение разных установок и ценностных ориентаций. И. А. Ильин патриотическое единение воспринимал как непосредственную данность мировоззрения русича, ориентированного на духовное братство и любовь к своему народу. С точки зрения философа патриотизм немислим без веры в духовную силу и призвание, он вырастает из способности созерцания души, зиждется на воле и системе поступков, вытекающих из веры и созерцания [20].

Смысл человеческой жизни обретается через патриотизм, в принадлежности к нации человек ощущает себя востребованным миром и причастным большой истории. Любовь к Отечеству вырастает из жизненно необходимого человеку инстинкта националь-

ного самосохранения, она позволяет беречь, поддерживать и транслировать самобытность определённой культуры, способствует укреплению и жизнеспособности общества.

Человек, как правило, обеспокоен желанием понимания и чувствования родной земли. По замечанию С. Булгакова, патриотизм «не довольствуется инстинктивным самознанием, но ищет своего логоса» [21, с. 180]. Согласно проведённому исследованию [6], концептуализированное поле *Патриотизма* в общем тексте российских СМИ структурировано фреймами «патриотизм есть обязанность-долг», «патриотизм демонстрирует величие человека», «патриотизм требует дела-служения», «патриотизм — жизненно-полезен».

Композиционный рисунок многих публикаций российских СМИ репрезентирует указанные смыслы: «Родина начинается с семьи» (Аргументы и факты-Забайкалье. 2019. 1 июн.); «Стройка века в Забайкалье — молодость, романтика, патриотизм» (Аргументы и факты-Забайкалья. 2014. 10 июн.); «Российские школьники ценят патриотизм выше чувства личного» (Комсомольская правда. 2019. 31 окт.) и др.

В контенте российских и китайских СМИ патриотическими идеями, как правило, наполнены медиатексты, посвящённые спортивным баталиям и историческим победам. В материалах, пробуждающих у аудитории чувство гордости за свою страну, отмечаются вековые традиции, передающиеся из поколения в поколение — благородство, преданность делу, отвага и самоотверженность. Именно они пробуждают в читателях и зрителях чувство гордости за свою страну: «Анастасия Шамонова выиграла боксерский финал с травмой спины, а Руслан Колесников бился за золото со сломанной рукой. Здесь ничего не изменилось. Характер, самоотверженность и любовь к стране как были 50 или 30 лет назад, так и остались, несмотря на все разговоры о маленьких зомби из виртуального мира» (Царьград ТВ. 2018. 19 окт.); «Рушилось всё, отделялись от России территории, но всё равно находились люди, которые были готовы защищать свою Родину до конца» (Аргументы и Факты. 2018. 25 апр.). В информационном пространстве российских

и китайских СМИ активно реализуется метод идентификации — демонстрация для подражания положительного образца — носителя национальных чувств.

Стратегия информационной политики почти всех СМИ Китайской Народной Республики ориентирована на приобщение молодёжи к патриотическому воспитанию. В разных каналах коммуникации, от прессы до ТВ, наблюдается высокий процент патриотических, научно-популярных, исторических публикаций и программ. Воспитание чувства патриотизма в современной китайской молодёжной среде является стратегической необходимостью страны. В разговоре со студентами престижного Пекинского университета председатель КНР Си Цзиньпин отметил, что главные жизненные ценности формируются в студенческом возрасте, он сравнил этот опыт с рубашкой: если первую пуговицу застегнуть неправильно, все остальное пойдёт наперекосяк. Также в своей речи на 1-й сессии Всекитайского собрания народных представителей (ВСНП) и Всекитайского комитета Народного политического консультативного совета Китая (ВК НПКСК) 17 марта 2013 г. подчеркнул, что для осуществления «китайской мечты» нужно не только продолжать идти по «пути социализма с китайской спецификой», но и необходимо воспевать «китайский дух».

В этом вопросе при отсутствии частных массмедиа на территории КНР огромную помощь оказывают государственные СМИ, отвечающие за распространение информации политического и патриотического воспитания, стремящиеся поддерживать и реализовывать государственную программу. Для китайского социума патриотические символы выступают важным компонентом повседневной жизни. В общем потоке китайских СМИ частотным выступает лексико-семантическое поле следующих понятий: *патриотизм, патриот, национализм, родина, отечество, народ, единство, нация, китайская мечта* и подобные им в том или ином сочетании друг с другом.

Неизменно подчёркивается сила и мощь современного Китая. Так, в материале ежедневного издания «Хуаньцю шибао» (2019. 30 сент.) автор, акцентируя успехи страны, использует антитезу, сталкивая контрастные

по значению слова, воспроизводящие смысловое пространство прошлого и настоящего: «Когда Новый Китай только появился, его экономика была **чрезвычайно слаба**. На начальном этапе страну зачастую описывали как **нищую и бескультурную**. Самым очевидным результатом за эти 70 лет стали **гигантские экономические достижения** Нового Китая. Благодаря им КНР в одночасье стала **второй экономикой мира**» (新中国刚刚成立时, 经济十分孱弱, 一穷二白是对新中国起步时最常见的描述之一。新中国70年最容易辨识的是巨大经济建设成就, 这些成就使它一跃成为世界第二大经济体。实现初步的现代化, 将人口最多的国家基本带入全面小康, 大体消灭了贫困, 单凭这份成绩单就足以让新中国在道义上高高站到时代的平均线以上)。

В китайских СМИ концепт *Патриотизм* разворачивается за счёт когнитивных моделей «народ», «люди», что делает его особенно востребованным в личной жизни каждого жителя Поднебесной: «По сути стремительный рост китайской экономики представлял собой процесс удовлетворения стремления **простых людей** к счастливой жизни. В первую очередь **народ** надо было обеспечить пищей и одеждой, этой цели удалось достичь за первые годы проведения политики реформ и открытости» (从本质上说, 中国经济的高速崛起就是不断满足中国老百姓对美好生活需求的过程。人们先是要吃饱穿暖, 改革开放的最初几年就大体做到了这些)。

Актуальный для страны символ «китайской мечты» неизменно коррелирует с личным отношением человека к политической жизни государства, с его индивидуальным внутренним ощущением, с жизненной позицией и переживаниями, сублимированными в предпочтение той или иной политической силы. В свою очередь политик должен демонстрировать интерес о народе своей страны и его благах, быть обеспокоенным укреплением силы государства: «**Китайская мечта, выдвинутая Си Цзиньпином, нашла отклик в сердцах многочисленных китайцев, стала самым громким звуком в китайском обществе**» (Жэньминь жибао. 2019. 30 сент.).

Заключение. Культурная память медиадискурса есть форма трансляции и актуализации ментальных смыслов посредством концептов, это семиотическое пространство генетического знания, которое управляет когнициями, эмоциями и бытийной практикой людей в рамках взаимодействия в обществе в режиме жизненно-необходимого для нации повторения и заучивания. Лингвокультурные структуры медиатекста призваны объединять многочисленные национальные лики современной цивилизации. В дискурсе России и Китая концепты *Коллективизм* и *Патриотизм* образуют когнитивный симбиоз ментальных сущностей, определяющих духовно-нравственное бытие социумов и жизнеспособность наших культур. Прагматическая цель культивирования данных конструктов очевидна — сформированное посредством медиа мировоззрение обуславливает паттерны поведения гражданина страны.

Тренд современной пропагандистской машины США — столкнуть «дракона» и «медведя». Но изощрённые нюансы внешней политики не способны разрушить веками укоренённый ментальный код, встроенный в культурное ядро наших стран и сближающий наши народы. У русской и китайской цивилизаций есть мощный повод для дальнейшего сближения, который связан не только с политическими реалиями сегодняшнего дня, он зиждется на общих культурных смыслах, в пространстве которых возможен яркий и полноценный диалог, продуктивный и полезный для обеих культур. В нашей парадигме «Свое-Чужое», несомненно, присутствует разный энергетический потенциал, открывающий мозаичную и национально-колоритную интерпретацию богатого мира, но также очевидно, что мы легко преодолеваем барьер когнитивного диссонанса, неких отдельных несовпадений смыслов и духовных кодов, так как в наших национальных моделях мира существует концептуальный потенциал объединения.

Список использованной литературы

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. — Москва : Языки русской культуры, 1998. — 896 с.
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. — Волгоград : Перемена, 2002. — 477 с.
3. Пименова М.В. Типология структурных элементов концептов внутреннего мира (на пример эмоциональных концептов) / М.В. Пименова // Вопросы когнитивной лингвистики. — 2004. — № 1. — С. 72–90.
4. Halbwachs M. Das kollektive Gedächtnis / M. Halbwachs. — Marburg : Fischer, 1967. — 168 p.
5. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры / Ю.С. Степанов. — Изд. 3-е, испр. и доп. — Москва : Академический проект, 2004. — 992 с.
6. Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.) / И.В. Ерофеева. — Новосибирск : Изд-во СО РАН, 2009. — 340 с.
7. Воркачев С.Г. Культурный концепт и значение / С.Г. Воркачев // Труды Кубанского государственного технологического университета. Серия Гуманитарные науки. — 2003 — Т. 17, № 2. — С. 268–276.
8. Кубрякова Е.С. Роль языка в познании мира / Е.С. Кубрякова. — Москва : Языки славянской культуры, 2004. — 560 с.
9. Колесов В.В. Основы концептологии / В.В. Колесов. — Санкт-Петербург : Златоуст, 2019. — 776 с.
10. Ассман Я. Культурная память. Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / Я. Ассман. — Москва : Языки славянской культуры, 2004. — 368 с.
11. Олешко В.Ф. Коммуникативно-культурная память: идентификационные ресурсы современных массмедиа / В.Ф. Олешко, Е.В. Олешко. — DOI: 10.21209/1996-7853-2019-14-5-77-86 // Гуманитарный вектор. — 2019. — Т. 14, № 5. — С. 77–86.
12. Янглева М.М. Роль современных массмедиа в продвижении моделей национальной самоидентификации. Зарубежный опыт (на примере телепроекта «100 величайших британцев») / М.М. Янглева // МедиаАльманах. — 2019. — № 1. — С. 161–169.
13. Koumandaraki A. The Evolution of Greek Identity / A. Koumandaraki // Studies in Ethnicity and Nationalism. — 2008. — Vol 2, iss. 2. — P. 39–53.
14. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. — Москва : Слово, 2000. — 624 с.
15. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. — Москва : Русские словари, 1996. — 416 с.
16. Гачев Г. Д. Национальные образы мира. Америка в сравнении с Россией и славянством / Г.Д. Гачев. — Москва : Раритет, 1997. — 680 с.
17. Сагатовский В.Н. Русская идея: продолжим ли прерванный путь / В.Н. Сагатовский. — Санкт-Петербург : Петрополис, 1994. — 217 с.
18. Тань Аошуан Китайская картина мира: Язык, культура, ментальность / Тань Аошуан. — Москва : Рукописные памятники Древней Руси, 2012. — 272 с.
19. Абрамова Н.А. Китайский этнос: от традиции к современности / Н.А. Абрамова. — Чита : ЧитГУ, 2006. — 110 с.
20. Ильин И.А. Путь к очевидности / И.А. Ильин. — Москва : Республика, 1993. — 431 с.
21. Булгаков С.Н. Христианский социализм. Споры о судьбах России / С.Н. Булгаков. — Новосибирск : Наука, 1991. — 350 с.

References

1. Arutyunova N.D. *Yazyk i mir cheloveka* [Language and the World of Man]. Moscow, Yazyki russkoi kul'tury Publ., 1998. 896 p.

2. Karasik V.I. *Yazykovoï krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language Circle: Person, Concepts, Discourse]. Volgograd, Peremena Publ., 2002. 477 p.
3. Pimenova M.V. Typology of Structural Elements of Inner World Concepts (Emotional Concepts). *Voprosy kognitivnoi lingvistikoi = Issues of Cognitive Linguistics*, 2004, no. 1, pp. 72–90. (In Russian).
4. Halbwachs M. *Das kollektive Gedächtnis*. Marburg, Fischer, 1967. 168 p.
5. Stepanov Yu.S. *Konstanty: slovar' russkoi kul'tury* [Constants: Dictionary of Russian Culture]. 3rd ed. Moscow, Akademicheskii proekt Publ., 2004. 992 p.
6. Erofeeva I.V. *Aksiologiya mediateksta v rossiiskoi kul'ture (reprezentatsiya tsennostei v zhurnalistike nachala XXI v.)*. [Media Text Axiology in Russian Culture (the Values Representation in Journalism of the Beginning of XXI Century)]. Novosibirsk, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences Publ., 2009. 340 p.
7. Vorkachev S.G. Cultural Concept and Significance. *Trudy Kubanskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta. Seriya Gumanitarnye nauki = Works of the Kuban State Technological University. Series of Humanitarian Sciences*, 2003, vol. 17, no. 2, pp. 268–276. (In Russian).
8. Kubryakova E.S. *Rol' yazyka v poznanii mira* [The Role of Language in the World Cognition]. Moscow, Yazyki slavyanskoi kul'tury Publ., 2004. 560 p.
9. Kolesov V.V. *Osnovy kontseptologii* [Fundamentals of Conceptology]. Saint Petersburg, Zlatoust Publ., 2019. 776 p.
10. Assmann J. *Das kulturelle Gedächtnis : Schrift, Erinnerung u. politische Identität in frühen Hochkulturen*. München, Beck, Cop. 1992. 344 s. (Russ. ed.: Assmann J. *Kul'turnaya pamyat'. Pis'mo, pamyat' o proshlom i politicheskaya identichnost' v vysokikh kul'turakh drevnosti*. Moscow, Yazyki russkoi kul'tury Publ., 2004. 368 p.).
11. Oleshko V.F., Oleshko E.V. Communicative and Cultural Memory: Identification Resources of Modern Mass Media. *Gumanitarnyi vektor = Humanitarian Vector*. 2019. Vol. 14, No. 5. PP. 77–86. DOI: 10.21209/1996-7853-2019-14-5-77-86. (In Russian).
12. Yanglyayeva M.M. The Role of Modern Mass Media in Promoting Models of National Self-Identification (a Case Study of the BBC «100 Greatest Britons» Project). *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2019, no. 1, pp. 161–169. (In Russian).
13. Koumandaraki A. The Evolution of Greek Identity. *Studies in Ethnicity and Nationalism*, 2008, vol 2, iss. 2, pp. 39–53.
14. Ter-Minasova S.G. *Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya* [Language and Intercultural Communication]. Moscow, Slovo, 2000. 624 p.
15. Vezhbitskaya A. *Yazyk. Kul'tura. Poznanie* [Language. Culture. Cognition]. Moscow, Russkie slovari Publ., 1996. 416 p.
16. Gachev G. D. *Natsional'nye obrazy mira. Amerika v sravnenii s Rossiei i slavyanstvom* [National Images of the World. America Versus Russia and Slavs]. Moscow, Raritet Publ., 1997. 680 p.
17. Sagatovskii V.N. *Russkaya ideya: prodolzhim li prervannyi put'* [The Russian Idea: Whether we will Continue the Interrupted Way?]. Saint Petersburg, Petropolis Publ., 1994. 217 p.
18. Tan' Aoshuan *Kitaiskaya kartina mira: Yazyk, kul'tura, mental'nost'* [Chinese Picture of the World: Language, Culture, Mentality]. Moscow, Rukopisnye pamyatniki Drevnei Rusi Publ., 2012. 272 p.
19. Abramova N.A. *Kitaiskii etnos: ot traditsii k sovremennosti* [The Chinese Ethnos: from Tradition to Modernity]. Chita State University Publ, 2006. 110 p.
20. Ilin I.A. *Put' k ochevidnosti* [Path to Evidence]. Moscow, Respublika Publ., 1993. 431 p.
21. Bulgakov S.N. *Khristianskii sotsializm. Spory o sud'bakh Rossii* [Christian Socialism. Disputes the Fate Russia]. Novosibirsk, Nauka Publ., 1991. 350 p.

Информация об авторах

Ерофеева Ирина Викторовна — доктор филологических наук, заведующая кафедрой журналистики и связей с общественностью, Забайкальский государственный университет, Россия, Чита, e-mail: irina-jour@yandex.ru

Муравьев Алексей Валерьевич — магистр по направлению «Педагогическое образование», преподаватель Хулуьбуирского института, г. Хайлар (КНР), e-mail: alexey_muravioff@mail.ru

有关作者的信息

Erofeeva I.V. — 语言博士, 新闻学与公共关系教研室主任, 后贝加尔国立大学, 俄罗斯联邦, 赤塔。电子信箱: irina-jour@yandex.ru

Muravyov A.V. — 教育学硕士研究生, 呼伦贝尔大学的讲师, 海拉尔 (中华人民共和国)。电子信箱: alexey_muravioff@mail.ru

Authors

Irina V. Erofeeva — Doctor habil. in Philology, Head of Chair of Journalism and Public Relations, Transbaikial State University, Chita, Russia, e-mail: irina-jour@yandex.ru

Alexey V. Muravyov — Master in «Pedagogical Education», Lecturer of Hulunbuir Institute, Hailar, China, e-mail: alexey_muravioff@mail.ru

Для цитирования

Ерофеева И.В. Культурная память России и Китая в ментальном ландшафте СМИ / И.В. Ерофеева, А.В. Муравьев // Российско-китайские исследования. — 2019. — Т. 3, № 4. — С. 53–65.

For citation

Erofeeva I.V., Muravyov A.V. Cultural Memory of Russia and China in Mental Landscape of Mass Media . *Rossiisko-Kitaiskie Issledovaniya* = *Russian and Chinese Studies*, 2019, vol. 3, no. 4, pp. 53–65. (In Russian).