

РОМАНСКОЕ И ГЕРМАНСКОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 070.484

Ван Сяонань

аспирант кафедры
международной журналистики
Белорусский государственный университет
г. Минск, Беларусь

Wang Xiaonan

PhD Student of the Department
of International Journalism
Belarusian State University
Minsk, Belarus
346913416@qq.com

СОВРЕМЕННАЯ АНГЛОЯЗЫЧНАЯ ПЕРИОДИКА
КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ:
СПЕЦИФИКА И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

MODERN ENGLISH-LANGUAGE PERIODICALS
OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA:
SPECIFICITY AND MAIN ACTIVITIES

Предметом рассмотрения являются специфика регионального варианта языка, на котором издается англоязычная периодика КНР, а также основные направления ее деятельности на современном этапе. Современная англоязычная периодика КНР отражает этноисторический менталитет, характерный только для социума Китая. Язык, на котором издаются англоязычные газеты и журналы, является вторичным вариантом международного английского языка. Направления деятельности определяются ценностными установками руководства Коммунистической партии Китая и приоритетно сфокусированы на позиционировании положительного образа государства в массовом сознании зарубежной аудитории.

Ключевые слова: *Китайская Народная Республика; современные англоязычные издания; региональный вариант английского языка; этноисторический менталитет; позиционирование образа страны; информационное обеспечение.*

The subject considered in the article is the specificity of the regional version of the language in which the English-language periodicals of the PRC are published, as well as the main directions of their activities at the present stage. The modern English-language periodicals of the PRC reflect the ethno-historical mentality, which is characteristic only of the society of China. The language in which English-language newspapers and magazines are published is a secondary variant of International English. The areas of activity are determined by the value paradigms of the leadership of the Communist Party of China and are primarily focused on positioning a positive image of the state in the mass consciousness of foreign audiences.

Key words: *People's Republic of China; modern English-language periodicals; regional version of the English language; ethno-historical mentality; positioning of the country's image; information support.*

На рубеже второго и третьего тысячелетий в Китайской Народной Республике (КНР) сложилась уникальная система англоязычной прессы, которая занимает особое место и играет исключительно важную роль в информационно-коммуникационном пространстве страны.

Эта система включает в себя еженедельный общественно-политический журнал «Beijing Review» («Пекинское обозрение»), художественно-литературный ежеквартальник «Chinese literature» («Китайская литература»), ежемесячные иллюстрированные журналы «China» («Китай»), «China and Africa» («Китай и Африка») и «China Today» («Китай сегодня»), газеты «South China Morning Post» («Южнокитайская утренняя почта»), «Global Times» («Глобальные времена»), «The Standard» («Стандарт») и «Shenzhen Daily» («Ежедневный Шэньчжэнь»), а также семь изданий медиагруппы «China Daily» («Ежедневный Китай»), в состав которой входят собственно газета «China Daily», ее гонконгская версия «China Daily, Hong Kong edition», еженедельники «Business Weekly» («Неделя бизнеса»), «Shanghai Star» («Звезда Шанхая»), «21st Century» («21-й век»), «Beijing weekend» («Пекинский выходной») и «Reports from China» («Репортажи из Китая») [1, с. 74].

Разумеется, количество англоязычных изданий (5 журналов и 11 газет) невелико по сравнению с более чем 3500 наименованиями современных китайских газет и журналов, однако их роль в формировании и модификации информационно-коммуникационных потоков, а также в интегрировании в сознание зарубежной аудитории соответствующих идей и мнений чрезвычайно значима, поскольку имеет долговременный и целенаправленный характер.

Англоязычная периодика КНР является действенной и эффективной частью обширного и многоуровневого комплекса информационных служб, ориентированных на зарубежную аудиторию. Данный комплекс включает в себя иноязычные редакции информационных агентств «Синьхуа» («Новый Китай») и «Чжунго синьвэньшэ» («Китайская информационная служба»), интернет-версий Центрального телевидения Китая и Международного радио Китая, англоязычную электронную версию главного печатного органа ЦК КПК «Жэньминь жибао» («Народной газеты») и другие. Особая роль редакций англоязычных газет и журналов в данном информационно-пропагандистском комплексе обусловлена тем, что «англоязычные китайские СМИ являются одним из важнейших средств межкультурной коммуникации Китая с англоговорящим миром» [2, с. 80].

Территориально находясь в третьем «расширяющемся, внешнем круге» (*expanding circle*) (согласно теории «трех концентрических кругов» индийского лингвиста Баджа Качру (1932–2016), автора термина «мировой английский» и концепции сосуществования нескольких крупных объединений, вмещающих многочисленные региональные варианты английского языка [3]), англоязычная периодика КНР уже четыре десятилетия неуклонно наращивает информационное воздействие на аудиторию государств первого «внутреннего круга» (*inner circle*), где английский язык соотносится с родным (британский, американский, канадский, австралийский и новозеландский английский), и второго «наружного, среднего круга» (*outer, extended circle*), где английский имеет статус официального языка.

С середины XX в. и до начала XXI в. в руководстве КНР и Коммунистической партии Китая (КПК) преобладало опасение, что «английский язык в силу меньшего количества слов по сравнению с китайским значительно упростит культурное и национальное своеобразие страны» [4, р. 130]. Однако редакционно-издательская практика конца XX – начала XXI в. наглядно продемонстрировала, что «периодическая печать на английском языке отражает этноисторический менталитет, характерный только для социума Китая» [5, р. 4]. При этом под этноисторическим менталитетом понимаются наиболее устойчивые и социально закрепленные стереотипы мышления и поведения общности, находящие отражение в языке и культуре. Именно подчиненностью этноисторическому менталитету китайского социума обусловлен тот региональный вариант английского языка, на котором издается современная англоязычная периодика КНР. Данная разновидность английского языка, которая под влиянием исторических обстоятельств формировалась на территории Китая со второй половины XX в., в настоящее время наиболее приемлема для выражения национальной идентичности и удобна с точки зрения сложившихся традиций.

По мнению российского исследователя В. В. Федорова, английский язык таких авторитетных изданий, как «The China Daily», «The Global Times», «Beijing Review», «China» и др., выступает вторичным вариантом международного английского языка (English as an International Language), поскольку в КНР английский язык выполняет роль основного изучаемого в образовательных учреждениях иностранного языка (в отличие от тех стран, где английский является родным либо имеет статус официального языка) [6, с. 3]. На практике это означает, что тексты для англоязычных изданий КНР пишут преимущественно авторы, не являющиеся носителями английского языка, а читает их в основном аудитория, для которой английский также не родной, в том числе представители китайской диаспоры и экспаты, выехавшие за рубеж для работы или учебы. Вместе с тем вышеуказанная вторичность позволяет китайским журналистам и переводчикам успешно использовать английский язык в качестве инструмента выражения особенностей национального мышления.

Язык современных англоязычных изданий КНР является не только посредником в коммуникации социалистического Китая с мировым сообществом, но и эффективным инструментом обеспечения доступа иностранной аудитории к информации о китайской экономике, политике и культуре. «Интерес читательской аудитории к китайским изданиям на английском языке обеспечивается целым рядом факторов, среди которых важное место занимают политический вес Китая в мире и его национально-культурная уникальность» [7, с. 101]. Ориентация англоязычных изданий КНР на широкую аудиторию, фактически на весь англоязычный мир, определяет понятное по стилю изложения их содержательное наполнение. Вместе с тем «их приоритетная цель состоит не столько в передаче сообщений, сколько в выражении отношения руководства Китая к тому, о чем сообщается, т.е. в широкой огласке этого отношения» [8, с. 304].

Данный редакционный подход обусловлен характером политики «реформ и открытости», которая ведет отсчет с исторического III Пленума 11-го созыва Центрального Комитета (ЦК) КПК, состоявшегося в Пекине в декабре 1978 г. Благодаря неуклонному осуществлению этой политики и укреплению торгово-экономических связей с внешним миром значительно повысилась мощь китайского государства. В этих условиях англоязычная пресса КНР сыграла исключительно важную роль в обретении социалистическим Китаем понимания со стороны мирового сообщества и усиления интереса к различным сферам его социального строя.

Подчеркнем, что в «новом Китае», как принято называть в национальной историографии КНР в период после декабря 1978 г., англоязычная периодика была нацелена уже не на агрессивную пропаганду, как это имело место в 50–70-е гг. XX в., а на позиционирование положительного образа страны в глазах зарубежной аудитории. Под позиционированием в данном контексте понимается общепринятое толкование данного термина, а именно продвижение образа, который выстраивается в сознании целевой аудитории с помощью разных тактик. Постепенно этот образ превращается в легко узнаваемый бренд (марка или знак, имеющие высокую репутацию у потребителей), и если он достигает сильной позиции, то его положение уже трудно изменить. Для англоязычной периодики с начала 1980-х гг. и по настоящее время главным приоритетом стало продвижение в сознание зарубежной аудитории комплекса представлений, мнений, ассоциаций, эмоций и характеристик КНР как сильного и миролюбивого государства, которое непоколебимо защищает свой суверенитет и национальную идентичность, но при этом терпимо относится к иным, отличным от социалистического, формам государственного устройства.

В течение последних четырех десятилетий редакционная политика англоязычных изданий КНР была обусловлена актуальными задачами и стратегическими целями, которые определялись руководством партии и страны в зависимости от политической ситуации в мире.

Например, в 1980-е гг. приоритетной задачей англоязычной прессы являлось масштабное освещение достижений политики «реформ и открытости» в промышленном секторе и в «свободных экономических зонах», в 1990-е гг. – процессов реформирования и модернизации сельского хозяйства, в начале XXI в. – внедрения инноваций и «цифровизации» различных сфер экономики, в начале 2010-х гг. – преодоления последствий глобального финансового кризиса и перехода к построению «среднезажиточного общества», в середине и в конце 2010-х гг. – этапов реализации глобальной интеграционной инициативы «Один пояс – один путь» на пространствах Евразии, в начале 20-х гг. XXI в. – преодоления последствий пандемии Covid-19 и др.

Успешное выполнение поставленных задач способствовало реализации стратегических целей, которые, в свою очередь, определяли приоритетный характер того или иного направления информационной деятельности изданий.

Так, если в 1980-х гг. приоритетными направлениями редакционной политики англоязычной прессы являлась демонстрация успешного перехода экономики социалистического Китая от плановой к рыночной с целью привлечения масштабных иностранных инвестиций в промышленный сектор, то в 1990-е гг. – укрепление позиций китайской дипломатии на международной арене и укрепление торгово-экономических связей с развитыми и развивающимися странами. Если в первое десятилетие XXI в. англоязычные газеты и журналы активно пропагандировали идею «гармоничного социалистического общества», предложенную Председателем КНР и Генеральным секретарем ЦК КПК Ху Цзиньтао в 2006 г., и всемерно разъясняли сущность данной доктрины, нацеленной на совершенствование юридической системы и на борьбу с бедностью, то уже в следующем десятилетии, после очевидных достижений в социально-экономической сфере, главными направлениями англоязычной периодики становится медийное обеспечение глобальной интеграционной инициативы «Один пояс – один путь», провозглашенной новым Председателем КНР и Генеральным секретарем ЦК КПК Си Цзиньпином осенью 2013 г., а также всестороннее осмысление концепции «Китайская мечта» и др.

Во многом успешное достижение целей и выполнение поставленных задач было связано с тем, что в течение последних четырех десятилетий редакции англоязычных газет и журналов неустанно уделяли повышенное внимание тематическим интересам зарубежной аудитории, которые выявлялись посредством обратной связи с читателями и пользователями. Данная связь включала в себя анализ читательской почты и сообщений на форумах, анонимных опросов и личных наблюдений и т. д.

В завершение целесообразно отметить, что субъектами информационного воздействия современных англоязычных изданий КНР являются уже не только читатели печатных версий изданий и пользователи электронных ресурсов, но все, кто способен распространять информацию в международных масштабах, а именно государства в лице правительств, политические партии, общественные организации и движения, коммерческие ассоциации, национальные средства массовой информации и коммуникации, межгосударственные институты, учреждения образования, научные институты, ассоциации китаеведов и др. Целенаправленное влияние современных англоязычных изданий на данные субъекты осуществляется не только с целью расширения и углубления всестороннего сотрудничества КНР с остальным миром, но и для достижения взаимопонимания между странами с различным политическим строем и укладом экономики и взаимной пользы их народов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Цуй, Баого. Доклад о развитии индустрии средств массовой информации Китая в 2019 году / Баого Цуй. – Пекин : Шехуэй, 2020. – 148 с. [На кит. яз.]

2. *Кохан, И. Н.* Китайские пословицы как средство передачи национального менталитета в китайских СМИ на английском языке / И. Н. Кохан // Международный научно-исследовательский журнал. – 2017. – № 10 (64). – Ч. 1. – С. 80–83.
3. *Качру, Б. Б.* Мировые варианты английского языка: агония и экстаз / Б. Б. Качру ; пер. Т. А. Иванковой // Личность. Культура. Общество. – 2012. – Т. 14. – Вып. 4 (75–76). – С. 145–165.
4. *Fairclough, N.* Language and power / N. Fairclough. – London; N.Y. : Longman, 1989. – 259 p.
5. *Quirk, R.* The English Language in a Global Context / R. Quirk, H. Widdowson // English in the World: Teaching and Learning the Language and Literatures. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1985. – P. 1–7.
6. *Федоров, В. В.* Лингвистические и экстралингвистические параметры англоязычной газетно-журнальной публицистики Восточной Азии : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / В. В. Федоров ; ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова». – Н. Новгород, 2019. – 40 с.
7. *Николаева, О. В.* Китайские пословицы и поговорки как элементы высококонтекстной коммуникации в англоязычных СМИ Китая / О. В. Николаева // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер.: Лингвистика. – 2018. – № 6. – С. 101–109.
8. Журналистика Китая / С. А. Михайлов [и др.]. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 608 с.

Поступила в редакцию 18.11.2021