

Особенности репрезентации образа Китая в российских телеграм-каналах

Научный руководитель – Сидорова Светлана Юрьевна

Митрофанова Мария Павловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Теории и методики редактирования, Москва, Россия

E-mail: mashamitrofanovaa@gmail.com

Количество времени, которое аудитория отводит для использования социальных медиа, растёт [2]. Они выполняют уже не только коммуникационную функцию, но и информационную – пользователи социальных сетей могут общаться между собой, а также потреблять контент или создавать его самостоятельно, выступая субъектом сетевой коммуникации.

Спросом среди аудитории социальных медиа и авторов контента пользуется мессенджер «Телеграм». Согласно исследованию Mediascop, в январе-июле 2024 года «Телеграм» занимал второе место среди всех социальных сетей и мессенджеров по среднемесячному охвату [3]. Мессенджер «Телеграм», запущенный в 2013 году, сейчас является кроссплатформенной площадкой для обмена текстовыми сообщениями и медиафайлами. Ее пользователи имеют доступ к созданию собственных блогов – телеграм-каналов, которые в том числе могут быть тематическими.

Развитие сотрудничества России и Китая обусловило рост количества в том числе телеграм-каналов о китайском языке и культуре Китая. По данным опроса ВЦИОМ, 38% россиян говорили о своем интересе к языку, искусству и традициям этой страны [6]. Россия и Китай – стратегические партнеры, имеющие сотрудничество в экономической, политической и культурной сферах. Это также подтверждает объявление 2024 и 2025 годов Годами культуры России и Китая, распоряжение об организации которых подписал Президент РФ Владимир Путин [5]. Страны участвуют в совместных мероприятиях в области искусства, образования, туризма. Это в том числе способствует формированию позитивного имиджа двух стран. Благодаря увеличению влияния информационных технологий и медиапространства становится актуальным рассмотрение отношений между странами и в сфере информационной политики [1]. Информация, размещаемая в социальных медиа, является одним из источников формирования представлений о других странах, поэтому важную роль в формировании медиаобраза Китая играют персональные блоги, которые размещаются в сети и содержат тематические тексты, изображения и мультимедиа [4].

В рамках исследования был проведен анализ контента трех тематических телеграм-каналов, которые зарегистрированы в сервисе TGStat, имеют более 2700 подписчиков и публикуют текстовые посты, чьей основной темой является культура Китая – прежде всего искусство и традиции страны, а не китайский язык. Публикации для анализа были отобраны по ключевым словам. Был взят период с августа 2024 года по декабрь 2024 года.

Проведенный анализ контента позволил прийти к выводу, что телеграм-каналы о культуре Китая способствуют формированию позитивного медиаобраза Китая.

Основными темами канала «Чай, лапша и панда» являются природа страны и искусство [7]. Главная цель публикаций – представить красоту Китая и многогранность его культуры, создавая также положительный образ жителей Китая. В текстах канала активно используются эпитеты. Сами посты сопровождаются в основном видео и всегда содержат эмодзи. Через использование разговорного стиля автор призывает пользователей к взаимодействию. Аудитория реагирует на контент через комментарии: «Это что-то

невероятное», «Всегда приятно удивляюсь, как у китайских домохозяек хватает времени создавать такие кулинарные шедевры», «Построили бы в России подобный магазин». Часто она выражает желание посетить Китай: «Хочу своими глазами увидеть», «Там бы не прочь побывать», «Тоже хочу прогуляться по чайным плантациям».

Канал «Шэнсяо | Китайский язык» чаще всего публикует посты на тему блюд китайской кухни и тему искусства [8]. Публикации написаны в стиле информационных жанров и практически не содержат видео и эмодзи. Кроме того, в канале отсутствует возможность комментирования. Однако используются фотографии. В тексте можно обнаружить эпитеты, которые отражают высокую ценность китайских произведений искусства. Аудитория оставляет положительные реакции.

Канал «Китайский Лотос» наиболее часто публикует контент о традициях Китая. Еще одной популярной в канале темой является природа страны [9]. Тексты чаще всего сопровождаются видеоматериалами. Автор канала использует разговорный стиль и активно взаимодействует с аудиторией. Несмотря на отражение в большинстве публикаций личной оценки автора, показаны как положительные, так и отрицательные стороны жизни в Китае. Так, некоторые публикации в том числе содержат информацию о больших очередях, возникающих в туристических местах. Тем не менее большинство комментариев пользователей отражают их положительные представления о стране: «Шикарный город», «Уговорила, пойду за визой», «Это очень вкусно».

Все три канала практически в каждой публикации используют мультимедийный материал. Основным жанром публикаций выступает образовательный пост. Реже встречаются информационно-новостные посты. В текстах публикаций много говорится о технологических достижениях Китая, о древних традициях, об особенностях ландшафта, а также о привычках и характере его жителей. Чаще всего авторы телеграм-каналов публикуют информацию о блюдах китайской кухни и искусстве. Наиболее часто употребляемый эпитет — «удивительный». Это подчеркивает то, что Китай представлен в телеграм-каналах как страна с необычной и уникальной культурой. Жители Китая вместе с тем показаны как люди, которые гордятся традициями и историей своей Родины.

Источники и литература

- 1) Бицуева И. В. Эволюция образа Китая в российских СМИ (XVIII – начало XX В.) // Известия КБНЦ РАН. 2020. №4 (96). С. 97–102.
- 2) Вартанова Е.Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Меди@льманах. 2022. № 2. С. 8–14.
- 3) Медиапотребление 2024: https://mediascope.net/upload/iblock/f33/ual5i70kf7n9df7qzkq0gf238bidh3xv/Медиапотребление%202024_НАТ_27.08.2024.pdf
- 4) Му Ю. Тексты блогов об искусстве как источник изучения медиаобраза Китая // Вестник государственного университета. 2022. № 475. С. 35–45.
- 5) Распоряжение Президента РФ: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50216>
- 6) Русский с китайцем — братья! Навек?: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analitic-heskii-obzor/russkii-s-kitaicem-bratja-navek>
- 7) Телеграм-канал «Чай, лапша и панда»: <https://t.me/chailapshapanda>
- 8) Телеграм-канал «Шэнсяо | Китайский язык»: <https://t.me/shensyao>
- 9) Телеграм-канал «Китайский Лотос»: <https://t.me/chineselotus>