

УДК 811.581.11 : 81-13

Лобанова Т.Н.

*Московский государственный областной университет
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10а, Российская Федерация*

ДИСКРЕДИТАЦИЯ КАК ДИСКУРСИВНАЯ СТРАТЕГИЯ В КИТАЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Аннотация. В статье анализируются некоторые аспекты геостратегической коммуникации Китая в современных международных отношениях на примере дискурсивной стратегии дискредитации в СМИ. В основе исследования находятся материалы на китайском языке и исследовательские данные в области изучения медиа Китая как инструмента внешней политики. Рассматриваются дискурсивные стратегии, характерные для китайского политического медиадискурса.

Ключевые слова: политический медиадискурс КНР, дискурсивные стратегии, новые медиа, современные международные отношения.

T. Lobanova

*Moscow State Regional University
105005, Moscow, Radio Street, 10a, Russian Federation*

DISCREDIT AS A DISCURSIVE STRATEGY IN CHINA'S POLITICAL MEDIA DISCOURSE

Abstract. The article analyzes some aspects of China's geo-strategic communication in contemporary international relations on the example of a discursive strategy of discrediting the media. The studies are based on materials in Chinese and research data in the field of the study of the Chinese media as a tool of foreign policy. This article deals with the discursive strategies that are typical of China's political media discourse.

Key words: China's political media discourse, discursive strategies, new media, contemporary international relations.

Китай как геополитический игрок выходит на лидирующие позиции в сфере информационных технологий. Традиционные СМИ в Китае, как правило, регулируются властями, поддерживают официальную идеологию и реализуют поставленные правительством задачи. Новые медиа для Китая – не просто коммуникационные каналы. Власть в сфере медиа всё больше переходит к интерактивным средствам массовой информации. Означает ли сказанное, что в КНР так проходят процессы демократизации и «гражданская

журналистика» новых медиа КНР определяет общественные процессы?

Целью статьи является анализ дискредитации как дискурсивной стратегии и манипуляционной составляющей медиакратического воздействия при формировании образов в сфере внешней политики КНР. Методологию исследования дискурсивных стратегий, практикуемых в СМИ КНР, можно представлять скорее как совокупность методов, подходов и парадигм, обеспечивающих трансформацию методологических принципов познания и интерпретацию полученного знания. К ведущим подходам можно отнести текстоцентричный подход, структурный подход и территориальный подход (КНР). Ведущим методом – критический дискурс-анализ. В область задач входит описание основных особенностей китайского медиадискурса: каковы его основные параметры, по каким правилам он функционирует, каким образом он конструируется и самое главное – на что он направлен и зачем он китайцам понадобился.

Основной тезис заключается в том, что политический медиадискурс является разновидностью манипуляционного дискурса, создание которого следует триаде «манипуляция – технология – симулякр». Отметим, что при исследовании китайских СМИ сложно определить с конкретной научной парадигмой, в русле которой следует проводить исследование – политической лингвистики, медиалингвистики, культурологии или критического анализа дискурса. При первой попытке изучения таких феноменов, как медиадискурс, медиакратия, медиапространство, медиадавление, медиасреда, глобальная медиа-политическая система, политический медиадискурс обнаруживает себя терминологическая и методологическая путаница, что говорит о том, что в России сфера медиаисследований (*mediastudies* как междисциплинарное поле) продолжает формироваться. Исследователи медиа в основном опираются на западную методологию, связанную с именами Ника Коулдри и Анны Маккарти [18], Андре Янссона и Джеспера Фолкхаймер [16] и др.

Российское научное сообщество в теоретико-методологических вопросах политического медиадискурса находится в состоянии дискуссии: лингвисты апеллируют к «языку политики» и делают ставку на него как на инструмент анализа, ссылаясь на методологию социолингвиста-неомарксиста Н. Фэрклу или Р. Фаулера [21]. Политологи выделяют контент политических коммуникаций, подчёркивая, что коммуникации – это всего лишь один из множества инструментов воздействия, указывая при этом на «семантический анализ текстов и формируемые ими дискурсы социально-политических отношений» [21, с. 120]. Исследовательский интерес политологов находится в плоскости проблем встроенности СМИ в механизм взаимодействия общества и власти.

Российские учёные-лингвисты выделяют достаточно большое количество коммуникативных стратегий. Коммуникативным стратегиям и тактикам в политическом дискурсе посвящены исследования О.С. Иссерс, О.Н. Паршиной, О.Л. Михалевой и др. Учёные выделяют стратегии апелляции к ценностным категориям, борьбы за власть, кооперации [11], семантические стратегии, аргументативные стратегии, стратегии речевых действий участников коммуникации [3] и др. Предлагается рассматривать ряд тактик: тактики информирования, комментирования, аргументирования, акцентирования внимания, самопрезентации, оценивания, оспаривания, критики, солидаризации, обвинения, дискредитации, призыва [13].

Одни авторы рассматривают дискредитацию как стратегию, другие – как тактику политического дискурса. В современной лингвистической литературе феномен дискредитации в СМИ связывается с высокой степенью социальной или иной оценочности СМИ и возникающих в связи с этим речевых конфликтов [14]. Так, О.С. Иссерс делает заключение о том, что дискредитация сама по себе не ограничивается исключительно речевыми средствами выражения [6]. Л.А. Фирстова указывает, что зачастую в текстах СМИ встречается стратегия дискредитации, построенная на противопоставлении своих и чужих [13].

Несмотря на сравнительно небольшое количество работ, посвящённых стратегии дискредитации в политическом медиадискурсе, некоторые исследователи выделяют ряд тактик, с помощью которых реализуется коммуникативная стратегия дискредитации. А.П. Чудинов к таким тактикам относит: 1) демонстрация негативных личных качеств кандидата; 2) оскорбление кандидата, его близких и дорогих для него символов; 3) предсказание отрицательных последствий, к которым может привести его избрание; 4) нелицеприятные высказывания о его лидерских качествах [15]. И.Г. Катенева выделяет следующие тактики: 1) оскорбление кандидата; 2) умаление авторитета объекта, лишённое основательных доказательств; 3) тактика сопоставления; 4) цитирование объекта дискредитации; 5) намеренная негативизация нейтрального контекста; 6) агрессивный оппонент и др. [9].

Исследователи отмечают, что арсенал речевых тактик, направленных на реализацию стратегии дискредитации, может варьироваться от текста к тексту. При анализе языкового материала исходим из того, что стратегия представляет собой планирование в самом обобщённом виде. Важным фактом является контекстуальная ситуация. Выбор медиатопика является одним из способов реализации стратегии дискредитации на макроуровне [8, с. 87–90]. В связи с этим, целесообразно объединить группы медиатекстов в соответствии с заданной ими тематикой, что позволяет проанализировать, как разворачивается стратегия дискредитации в зависимости от её объекта.

Исследователи подчёркивают, что «специфика собственно языковых механизмов дискредитации обусловлена двумя составляющими: с одной стороны, особенностями *протекания коммуникативного речевого акта* в медиасфере, а с другой – структурно-логической и языковой *организацией медиатекста*, вытекающей из его стилеобразующих признаков» [14, с. 293].

Обратимся к примерам анализа. Е.г. “说实话它属于外界“没想到”的范畴，它证明，韩国存在有倾向于用激烈且非法方式表达政治诉求的力量” [24]. В примере автор выражает свою осведомлённость о настроениях, витающих в обществе Южно-корейского государства: с помощью определения *外界“没想到”* он с долей иронии указывает на «кажущееся» неведение других стран по поводу причин данного поступка. Приём «закавычивание» является одним из средств реализации тактики умаления авторитета через осмеяние. Следует отметить примеры, в которых дискредитации подвергаются отношения между лидерами США и Израиля. «内塔尼亚胡“闯入”美国国会山高调“逼宫”奥巴马» [26]. Заголовок играет непосредственную роль в формировании отрицательного мнения, в первую очередь об американском лидере. Использование автором метафор, принадлежащих к области военных действий и политики, таких как *闯入* в значении «вторгаться» и *逼宫* в значении «вынудить отказаться от престола», которые при этом ещё взяты в кавычки, направлено на реализацию тактики умаления авторитета. Тактика проявляется уже в построении самого заголовка – Нетаньяху позволяет себе «нападать» на Обаму, находясь при этом в роли приглашенного гостя на встрече в Конгрессе США.

Приведём ещё пример: “有人说内塔尼亚胡相当聪明，他利用共和党阵营对奥巴马“不爽”，即使不能“以夷制夷”阻止美伊核框架协议出台，也能借这次“出彩”在两周后的大选中占据先机” [26]. В статье автор употребляет следующее выражение: *以夷制夷*, которое переводится как «господствовать над варварами, используя их самих» и работает на реализацию тактики оскорбления. Данное выражение берёт начало в эпоху феодального Китая и является одной из политических стратагем. Таким образом, автор статьи недвусмысленно отождествляет США и Иран с варварскими странами, имплицитно реализуя тактику оскорбления.

Е.г. “内塔尼亚胡先生无法令人信服的国会演讲”，“奥巴马需要好好回答内塔尼亚胡的质疑”，3日，立场完全相反的两则社论标题分别出现在美国《纽约时报》和《华盛顿邮报》上，前者无疑是在支持总统，后者则力挺内塔尼亚胡。这显然不是美国两党政治的战火首次延烧至媒体，但这次的导火索很特别，〈…〉，而他还真的来了” [25]. Широко используются метафоры войны: *烧至媒体*, *导火索*; проявляется одна из отличительных черт политического медиадискурса – интертекстуальность. Автор иронизирует по поводу сложившейся ситуации, обращая внимание читате-

ля на то, что уже бывали случаи, когда даже СМИ были задействованы в политической борьбе между двумя партиями и освещали одни и те же события с абсолютно противоположных ракурсов.

В 2015–2016 гг. не утихает антияпонская риторика в медиадискурсе КНР. Е.g. “当地时间2016年1月29日，菲律宾帕塞市，菲律宾二战遭日本强征“慰安妇”聚集在日本驻华使馆外集会抗议，要求日方道歉赔偿” [27]. В статье актуализируется проблематика филиппинских женщин, принуждённых работать в военных борделях («станциях утешения») в годы Второй мировой войны.

Китайцы отчётливо понимают, что интернет-революция будет менять сложившиеся за века базовые культурные ценности и нормативные правила всех современных человеческих обществ; что именно с помощью главенства в осуществлении процесса развёртывания информационного потока лежит ключ к изменению мировоззренческих установок. Всё то, что подразумевается под понятием «китайская специфика» экстраполируется и на информационные технологии. Специфические возможности Интернета позволили ему стать основным каналом ведения информационных войн, с одной стороны, которому присуща соревновательная стратегия с учётом того факта, что это – война двух цивилизаций – англо-саксонской и китайской, и результатом которой является создание имиджа политической правящей элиты. Каждый участник представляет свой образ «врага» в своей медиареальности. Масс-медийный дискурс – это особый вид коммуникации, для которого характерны стратегии презентации, манипуляции, дискредитации, что противоречит пониманию дискурса немецкого философа Ю. Хабармаса, в основе которого лежит коммуникативное действие, направленное на рациональность, этику и разрешение вопросов. Напротив, медиадискурс КНР как явление постмодерна больше заставляет исследователей апеллировать к работам К. Шмитта и его дуальной дихотомии «друг/враг» применительно к понятиям политического и политика.

В КНР речь идёт о полноценном создании своей собственной национальной дискурс-школы, первым этапом которой является «мягкое» насаждение своей идеологии, ценностей и, соответственно, имиджа. Стратегическая коммуникация Китая способствует формированию виртуальной медиа-картины мира (дискурсивные стратегии в медийном пространстве, вбирающие в себя средства визуализации и невербальную метафору). Посредством анализа фактологического материала можно выделить шесть основополагающих особенностей политического медиадискурса КНР: 1) линия на антагонизм с США и Японией; 2) иероглифический характер письма и конструируемые с его помощью политические метафоры, вызванные об-разностью китайского мышления. Высокий уровень метафоричности кон-

струирования медиадискурса; 3) появление новых СМИ и медиа, рост их влияния и колоссальное количество потребителей генерируемой ими информации; 4) высокий уровень графичности производимой информации, присутствия невербальной метафоры и иллюстративного материала; 5) китаецентричность медиадискурса и его специфика. Абстрактное проецирование происходящих в мире событий на систему китайских политических реалий; 6) двусмысленность, некатегоричность и сухость политического медиадискурса, вызванная нежеланием китайских СМИ видеть в потребителе информации активного участника коммуникации; 7) согласованность внедряемых нарративов с национальной идеологической линией. Высокий уровень воспроизводимости идеологием. Максимальная нейтральность используемых формулировок.

Вышеперечисленные особенности китайского политического медиадискурса определяют характер реализации стратегии дискредитации на языковом уровне и на уровне организации текста.

Исследование выборки медиатекстов за период 2013–2014 гг. показало, что в китайском политическом медиадискурсе первое место занял медиатопик американо-китайских отношений, где наиболее частотными тактиками являются обвинения, оскорбления, издевки и умаления авторитета. Следующим по популярности выступил медиатопик «Китайско-японские и японо-германские отношения», для которого характерны тактики издевки, умаления авторитета через осмеяние, сопоставления «своих» и «чужих». Кроме того, дискредитации подвергались члены КПК, которые выступили фигурантами уголовных дел по причине коррупции. Актуальны также темы создания Азиатского банка инфраструктурных инвестиций и проекта «Один пояс – один путь», вступления в него европейских стран, а также БРИКС.

Наиболее частотными средствами дискредитации на языково-стилистическом уровне выступили: употребление метафор концептосферы *война*, *болезнь*, лексических единиц с отрицательными коннотациями, маркеров личного мнения, риторических вопросов, сочетание книжной и разговорной лексики, употребление эмфатических конструкций, неологизмов, а также закавычивание отдельных выражений.

Обнаружено, что стратегия дискредитации в китайских медиатекстах реализуется также на уровне визуальной семантики, так как изображения наравне с линейным текстом участвуют в создании общего контента и реализации задач политического медиадискурса. Невербальными ресурсами для реализации манипуляции являются креолизованный текст и параграфемные средства. Излюбленные китайскими авторами и используемые СМИ шаржирование и карикатура лежат в основе реализации тактик «бездоказательное

умаление авторитета», «оскорбление», «превращение нейтральных контекстов в дискредитирующие». В китайской тактической культуре существует такая стратегема – «Сманить тигра с горы на равнину»: т.е. никогда не атаковать противника, преимущество которого в его позиции. Вместо этого выманить его с выигрышной позиции, тем самым отделяя его от источника силы. Именно этим и занимаются китайские дискуртологи и специалисты по медиа [23]. Конструирование не изолированной, а специфической дискурсниши является великой дискурс-миссией китайского общества, на достижение которой направлены все информационные послылы. Успешно развивающийся в гуманитарно-социальных областях критический дискурс-анализ предлагает инструментарий, позволяющий лингвисту-эксперту аргументировать выводы по внешнеполитической ситуации и не требующий консультации политолога. Однако в ряде случаев необходимо, чтобы лингвист-практик или эксперт жил в обществе, дискурс которого он исследует.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Абрамов В.А., Абрамова Н.А. Ценностный потенциал китайского «могущественного культурного государства» в проекциях глобального развития: монография. М.: Восточная книга, 2014. 256 с.
2. Вирен Г. Современные медиа: приемы информационных войн. М.: Аспект Пресс, 2013. 126 с.
3. Зигманн Ж.В. Структура современного политического дискурса: речевые жанры и речевые стратегии: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2003. 22 с.
4. Колокольцева Т.Н., Лутовинова О.В. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография. М.: Наука: Флинта, 2014. 328 с.
5. Болгов Р.В., Васильева Н.А., Виноградова С.М. Информационное общество и международные отношения: учебник. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2014. 384 с.
6. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Изд. ЛКИ, 2008. 288 с.
7. Йоргенсен М.В. Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. с англ.; М.В. Йоргенсен, Л.Дж. Филипс. Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2008. 352 с.
8. Казаков А.А. Способы языкового манипулирования в политическом медиадискурсе: попытка систематизации // Политическая лингвистика. 2013. № 3 (18). С. 87–90.
9. Катенева И.Г. Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ (на примере общественно-политических оппозиционных изданий): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2010. 24 с.
10. Лобанова Т.Н. Политический медиадискурс КНР: теория и методология анализа: монография. Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2014. 123 с.
11. Петрухина О.П. Аргументативные стратегии британского политика: на примере языковой личности премьер-министра Т. Блэра: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2009. 24 с.

12. Политический дискурс в парадигме научных исследований: сборник статей международной научной конференции / Д.В. Шапочкин Тюмень: Вектор БУК, 2014. 135 с.

13. Фирстова Л.А. Дискурсивные стратегии и тактики в рамках телепублицистического дискурса (на материале русскоязычных и англоязычных информационных программ): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2008. 22 с.

14. Чернышова Т.В. Языковые механизмы дискредитации в медиатексте (по материалам лингвоэкспертной практики) // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы: материалы научно-практической конференции. М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. С. 291–297.

15. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2012. 256 с.

16. Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies / Jasper Falkheimer and Andre Jansson. Göteborg: Nordicom, 2006. 216 p.

17. Jansson A. Textual Analysis. Materialising Media Space // Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media. Göteborg: Nordicom, 2006. С. 87–106

18. Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age / Nick Couldry and Anna McCarthy. New York: Routledge, 2004. 354 p.

19. Meyer T. Media Democracy: How the Media Colonizes Politics. Wiley, 2002. 212 p.

20. Fairclough N. Critical Discourse Analysis. London, 1995. 220 с.

21. Soft Power, мягкая сила, мягкая власть. Междисциплинарный анализ: колл. монография. М.: Флинта: Наука, 2015. 184 с.

22. Wallis C. New Media Practices in China: Youth Patterns, Processes, and Politics // International Journal of Communication. 2011. № 5. С. 406–436.

23. 网络传播概论 / 彭兰著. — 3版. — 北京: 中国人民大学出版社, 2012.8.

24. 社评: 美驻韩国大使遭袭缝80针刂议 [Электронный ресурс]. URL: <http://world.huanqiu.com/exclusive/2015-03/5835416.html> (дата обращения: 05.03.2015).

25. 李学江: 伊核协议值得为之努力 [Электронный ресурс]. URL: http://opinion.huanqiu.com/opinion_world/2015-03/5835981.html (дата обращения: 06.03.15).

26. 内塔尼亚胡“闯入”美国会山 高调“逼宫”奥巴马 [Электронный ресурс]. URL: <http://world.huanqiu.com/exclusive/2015-03/5834464.html> (дата обращения 06.03.2015).

27. 菲律宾“慰安妇”在日本使馆外集会 要求日方道歉赔偿 [Электронный ресурс]. URL: <http://world.huanqiu.com/photo/2016-01/2819737.html#p=1> (дата обращения 30.01.2016).

REFERENCES:

1. Abramov V.A., Abramova N.A. *Tsennostnyi potentsial kitaiskogo «mogushchestvennogo kul'turnogo gosudarstva» v proektsiyakh global'nogo razvitiya: monografiya* [Value

Potential of the Chinese “Powerful Cultural State” in Projections of Global Development: Monograph]. M., Vostochnaya kniga, 2014. 256 p.

2. Viren G. *Sovremennyye media: priemy informatsionnykh voyn* [Modern Media: Techniques of Information Warfare]. M., Aspekt Press, 2013. 126 p.

3. Zigmann ZH.V. *Struktura sovremennogo politicheskogo diskursa: rechevye zhanry i rechevye strategii: avtoref. dis. ...kand. filol. nauk* [The Structure of Modern Political Discourse: Speech Genres and Speech Strategies: Abstract of Thesis ...PhD of Philology Sciences]. M., 2003. 22 p.

4. Kolokol'tseva T.N., Lutovinova O.V. *Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya: koll. monografiya* [Internet Communication as a New Speech Formation: Multi-Authored Monograph]. M., Nauka: Flinta, 2014. 328 p.

5. Bolgov R.V., Vasil'eva N.A., Vinogradova S.M. *Informatsionnoe obshchestvo i mezh-dunarodnye otnosheniya: uchebnik* [Information Society and International Relations: Text-book]. SPb., Izd-vo SPbGU, 2014. 384 p.

6. Issers O.S. *Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech]. M., Izd. LKI, 2008. 288 p.

7. Iorgensen M.V. *Diskurs-analiz. Teoriya i metod: per. s angl. / M.V. Iorgensen, L.Dzh. Filips* [The Discourse Analysis. Theory and Method: Translation from English / M.V. Jørgensen, L.J. Phillips]. Kharkiv, Izd-vo «Gumanitarnyi tsentr», 2008. 352 p.

8. Kazakov A.A. *Sposoby yazykovogo manipulirovaniya v politicheskom mediadiskurse: popytka sistematizatsii* [Ways of Linguistic Manipulation in Political Discourse: an Attempt of Systematization] // *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], 2013, no. 3 (18), pp. 87–90.

9. Kateneva I.G. *Mekhanizmy i yazykovyye sredstva manipulyatsii v tekstakh SMI (na primere obshchestvenno-politicheskikh oppozitsionnykh izdaniy): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Mechanisms and the Linguistic Means of Manipulation in Media Texts (on the Basis of Social-Political Opposition Publications): Abstract of Thesis ... PhD of Philology Sciences]. Novosibirsk, 2010. 24 p.

10. Lobanova T.N. *Politicheskii mediadiskurs KNR: teoriya i metodologiya analiza: monografiya* [The Political Discourse of China: Theory and Methodology of Analysis: Monograph]. Khabarovsk, Izd-vo Tikhookean. gos. un-ta, 2014. 123 p.

11. Petrukhina O.P. *Argumentativnyye strategii britanskogo politika: na primere yazykovoi lichnosti prem'èr-ministra T. Blera: avtoref. dis. ...kand. filol. nauk* [The Argumentative Strategy of British Politics: the Case of Linguistic Identity, Prime Minister Tony Blair: Abstract of Thesis ... PhD of Philology Sciences]. Irkutsk, 2009. 24 p.

12. *Politicheskii diskurs v paradigme nauchnykh issledovaniy: sbornik statei mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii* [Political Discourse in the Paradigm of Research: Collection of Articles of International Scientific Conference]. Tyumen, Vektor BUK, 2014. 135 p.

13. Firstova L.A. *Diskursivnyye strategii i taktiki v ramkakh telepublitsisticheskogo diskursa (na materiale russkoyazychnykh i angloyazychnykh informatsionnykh programm): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Discursive Strategies and Tactics within Telepublishing Discourse (on the Material of Russian and English Information Programs): abstract of thesis ... PhD of Philology Sciences]. Saratov, 2008. 22 p.

14. Chernyshova T.V. *Yazykovyye mekhanizmy diskreditatsii v mediatekste (po materi-*

alam lingvoekspertnoi praktiki) [Language Mechanisms of Defamation in the Media Text (based on the Materials of Lingvo-expert Practice)] // *Razvitie russkoyazychnogo mediaprostranstva: kommunikatsionnye i eticheskie problemy: materialy nauchno-prakticheskoi konferentsii* [The Development of Russian Media Space: Communication and Ethical Issues: Materials of Scientific-Practical Conference]. М., Izdatel'stvo APK i PPRO, 2013, pp. 291–297.

15. Chudinov A.P. *Politicheskaya lingvistika: ucheb. posobie* [Political Linguistics: Tutorial]. М., Flinta: Nauka, 2012. 256 p.

16. *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*. Göteborg, Nordicom, 2006. 216 p.

17. Jansson A. *Textual Analysis. Materialising Media Space* // *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media*. Göteborg, Nordicom, 2006, pp. 87–106.

18. *Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age*. New York, Routledge, 2004. 354 p.

19. Meyer T. *Media Democracy: How the Media Colonizes Politics*. Wiley, 2002. 212 p.

20. Fairclough N. *Critical Discourse Analysis*. London, 1995. 220 p.

21. *Soft Power, myagkaya sila, myagkaya vlast'. Mezhdistsiplinarnyi analiz: koll. monografiya* [Soft Strength, Soft Power. Interdisciplinary Analysis: Multi-Authored Monograph]. М., Flinta: Nauka, 2015. 184 p.

22. Wallis C. *New Media Practices in China: Youth Patterns, Processes, and Politics* // *International Journal of Communication*. 2011, no. 5, pp. 406–436.

23. *网络传播概论 / 彭兰著. — 3版. — 北京: 中国人民大学出版社, 2012.8.*

24. *社评: 美驻韩国大使遭袭缝80针刍议* [Electronic resource]. URL: <http://world.huanqiu.com/exclusive/2015-03/5835416.html> (request date: 05.03.2015).

25. *李学江: 伊核协议值得为之努力* [Electronic resource]. URL: http://opinion.huanqiu.com/opinion_world/2015-03/5835981.html (request date: 06.03.15).

26. *内塔尼亚胡“闯入”美国会山 高调“逼宫”奥巴马* [Electronic resource]. URL: <http://world.huanqiu.com/exclusive/2015-03/5834464.html> (request date: 06.03.2015).

27. *菲律宾“慰安妇”在日本使馆外集会 要求日方道歉赔偿* [Electronic resource]. URL: <http://world.huanqiu.com/photo/2016-01/2819737.html#p=1> (request date: 30.01.2016).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Лобанова Татьяна Николаевна – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры индоевропейских и восточных языков Московского государственного областного университета; e-mail: lobanovaty@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Lobanova Tatiana – Candidate of Pedagogical Science, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Indo-European and Oriental Languages, Moscow State Regional University; e-mail: lobanovaty@mail.ru

БИБЛИОГРАФИЧЕСКАЯ ССЫЛКА

Лобанова Т.Н. Дискредитация как дискурсивная стратегия в китайском политическом медиадискурсе // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2016. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru

BIBLIOGRAPHIC REFERENCE

Lobanova T.N. Discredit as a Discursive Strategy in the China's Political Media Discourse // Bulletin of Moscow State Regional University (e-journal), 2016, no. 2. URL: www.evestnik-mgou.ru