

ОБРАЗ ТИБЕТА В РУССКОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

Ло Сюе

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва,
Россия; 997351790@qq.com*

Аннотация: В статье исследуется образ Тибета в русском интернет-дискурсе. Основная задача работы заключается в выявлении и описании ключевых языковых средств и речевых приемов, участвующих в формировании данного образа в различных жанрах интернет-коммуникации. Мы анализируем представления о Тибете на основе текстов СМИ и блогов, посвященных Тибету, текстов рекламы тибетских клиник, рассматриваем также электронную коммуникацию (оценки тибетских клиник со стороны пациентов и отзывы пользователей интернета). В первой части статьи проводится анализ образа Тибета в туристических блогах. Здесь можно выделить описание и оценку тибетских пейзажей, культуры, фольклора и других аспектов. Вторая часть представляет собой анализ представлений о Тибете в СМИ. Изучая различные типы заголовков новостей и репортажей, мы исследовали особенности образа Тибета в общественном видении. Последняя часть посвящена рекламе тибетских клиник и представляет образ Тибета, сформированный в рекламных текстах. Исследование осуществляется с помощью метода дискурс-анализа, который учитывает языковые, социальные и культурные условия для изучения лингвистических фактов и помогает определить контекстную ценность слов автора и интерпретацию читателя. При помощи описательного метода, применяющегося во всех разделах, демонстрируются видение официальных СМИ и впечатления пользователей интернета о Тибете. Метод лингвистического анализа, включающий контекстный анализ языковых единиц, позволил воссоздать образ Тибета в проанализированных текстах. Изучение различных точек зрения, таких как язык рекламы и маркетинговая стратегия, раскрывает и интерпретирует то, как формируется загадочный, мистический и религиозный образ Тибета в русской языковой картине мира.

Ключевые слова: Тибет; образ Тибета; дискурс; интернет-дискурс; имагология

doi: 10.55959/MSU0130-0075-9-2026-49-04-4

Для цитирования: Ло Сюе. Образ Тибета в русском интернет-дискурсе // Вестн. Моск. ун-та. Серия 9. Филология. 2026. № 4. С. 53–62.

THE IMAGE OF TIBET IN RUSSIAN INTERNET DISCOURSE

Luo Xue

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; 997351790@qq.com

Abstract: This article examines the image of Tibet in Russian Internet discourse. The main objective of the work is to identify and describe the key linguistic means and speech techniques involved in the formation of this image in various genres of Internet communication. We analyze ideas about Tibet based on media texts and blogs about Tibet, advertising texts of Tibetan clinics, and electronic communication (patient evaluations of Tibetan clinics and reviews from Internet users) is also considered. The first part of the article analyzes the image of Tibet in travel blogs. Here you can highlight the description and assessment of Tibetan landscapes, culture, folklore and other aspects. The second part is an analysis of the ideas about Tibet presented in the media. By studying different types of news headlines and reports, we explored the peculiarities of the image of Tibet in the public vision. The last part is devoted to advertising Tibetan clinics and presents the image of Tibet formed in advertising texts. The research is carried out using the method of discourse analysis, which takes into account linguistic, social and cultural conditions for studying linguistic facts and helps to determine the contextual value of the author's words and the reader's interpretation. Using the descriptive method used in all sections, the vision of the official media and the impressions of Internet users about Tibet are demonstrated. The method of linguistic analysis, including contextual analysis of linguistic units, made it possible to recreate the image of Tibet in the analyzed texts. The study of various points of view, such as the language of advertising and marketing strategy, reveals and interprets how the mysterious, mystical and religious image of Tibet is formed in the Russian linguistic picture of the world.

Keywords: Tibet; the image of Tibet; discourse; Internet discourse; imagery

For citation: Luo Xue (2026). The Image of Tibet in Russian Internet Discourse. *Lomonosov Philology Journal*, no. 4, pp. 53–62.

В последние десятилетия в российских социальных сетях очень популярны блоги о путешествиях в Тибет и реклама тибетских клиник, которые формируют образ Тибета. Как показано в нашем предыдущем исследовании, посвященном сопоставлению образа Тибета в русской и китайской языковых картинах мира [Ло Сюе 2025: 288–296], образ Тибета демонстрирует значительные различия в зависимости от культурного и политического контекста. В настоящей статье мы сосредоточимся на его специфике в русскоязычном интернет-дискурсе, рассматривая три типа источников.

В ходе исследования было проанализировано 35 текстов туристических блогов (с платформ Dzen, LiveJournal, Travel.ru), 22 новостные статьи (RIA Novosti, Interfax, RG.ru, Gazeta.ru) и 10 сайтов

тибетских клиник (включая отзывы пациентов). Все источники являются общедоступными.

Как пишет Ю.Г. Благодер, «термином “образ” можно обозначить множество представлений о другой стране: от мимолетных впечатлений до развернутых концепций, подкрепленных солидным научным обоснованием» [Благодер 2011: 110–126]. И.В. Арнольд понимает образ «как ментальное восприятие и отражение явлений и фактов, имеющих место в мире, включающее индивидуальное отношение к данным явлениям. Самое важное свойство образа состоит в отражении мира в процессе его практического созидания, то есть образ — это некоторая модель действительности, восстанавливающая полученную из действительности информацию в новой сущности» [Арнольд 1981: 300]. Согласно определению, предложенному А. Эбру, «...образ — это ментальное отражение предмета или явления в сознании, представление индивидуальным восприятием» [Эбру 2017: 233]. И.С. Карабулатова и М.Д. Лагуткина полагают, что «строительными элементами» речевого поведения выступают лингвоинформемы, которые являются смыслами интерпретации. Лингвоинформема обладает маркированностью и эмоциональной окрашенностью» [Карабулатова, Лагуткина 2021: 40–53]. В настоящей работе под образом понимается ментальная репрезентация, формируемая совокупностью языковых единиц в конкретных текстах. «В понятийном аппарате имагологии понятие образ имеет и широкое, обобщающее значение, и более узкое, конкретное, в качестве одного из “инструментов” (или “механизмов”) рецепции и репрезентации», — отмечает В. Б. Земсков [Земсков 2011: 4–26]. В рамках данного исследования мы опираемся на эти определения и рассматриваем образ как совокупность языковых репрезентаций, формирующих целостное представление о Тибете в сознании носителей русской культуры. Существует множество факторов формирования образа Тибета, которые включают в себя влияние географической среды, исторической культуры, религиозной веры и т. д.

1. Образ Тибета в туристических блогах

Представления о путешествии в Тибет являются одним из факторов оформления образа Тибета. В современных российских социальных сетях описывается природный пейзаж Тибета, а также указывается трудность посещения Тибета, о чем свидетельствуют в контексте прилагательные *удаленный*, *труднодоступный*, которые репрезентируют семы ‘далекий’ и ‘опасный’: *Мы отправимся в самое удаленное и загадочное государство мира, которое населяют самые*

сильные люди¹. Ни для кого не секрет, что Тибет очень **загадочный и труднодоступный** для обычных обывателей².

Пейзаж Тибета репрезентируется с помощью существительных *гора, скала, серпантин* и отыменного прилагательного *горный*: При упоминании этой страны многие сразу представляют **огромные горы и отвесные скалы**³. На второй день путешествия дорога превратилась в очень **крутой горный серпантин**⁴.

Тяжесть путешествия в Тибет выражается при помощи существительного **препятствие**: *Несмотря на административные и природные **препятствия**, стоящие перед путешественниками... число туристов из-за границы увеличивается из года в год*⁵.

Обратим внимание на названия публикаций в блогах. «Одна из основных тенденций в развитии языка современных качественных газет — тенденция к усилению информативности, что выражается наиболее ярко в эволюции системы газетных жанров и в заголовках» [Солганик 2008]. При этом одна из функций заголовка состоит в формировании предварительного впечатления о событиях [Воронцова 2017: 21–25]. Анализ заголовков туристических блогов показывает, что в большинстве из них часто употребляются такие языковые единицы, как *загадка, загадочный, мистика, мистический*. Эти слова задают определенную тональность восприятию региона еще до прочтения основного текста, формируя у читателя ожидание встречи с чем-то необычным, сокровенным.

Загадочный Тибет⁶. Тибет — **загадочная страна** с дикими традициями⁷. Привет, Тибет! Что нужно знать о самом **загадочном регионе Китая**⁸. Столица и главный город гималайского Королевства Ладакх — одного из самых красивейших и **загадочных мест** в Гималаях⁹. **Загадки Тибета**¹⁰. **Мистический Тибет**¹¹. **Мистика священного Кайласа**¹².

¹ <https://dzen.ru/a/Yzf8TjxVzBVXv6We>

² <https://taynyplanet.mirtesen.ru/blog/43326569780/Zagadki-Tibeta>

³ <https://dzen.ru/a/Yzf8TjxVzBVXv6We>

⁴ <https://journal.tinkoff.ru/list/tibet/?ysclid=lvsi26h6x925780254>

⁵ <https://wikiway.com/china/tibet/>

⁶ <https://www.vesti.ru/article/4001919>

⁷ <https://dzen.ru/a/Yzf8TjxVzBVXv6We>

⁸ <https://ekd.me/2021/02/tibet/?ysclid=lx54hxsfz45333364>

⁹ <https://travelswow.ru/p/e03415/>

¹⁰ <https://taynyplanet.mirtesen.ru/blog/43326569780/Zagadki-Tibeta>

¹¹ <https://thehimalayas.ru/excursions/60214>

¹² https://klubgidov.ru/kitaj/tibet/mistika-svyashchennogo-kajlasa-245000?roistat=direct8_search_109872462_rsMasterGroup_rsMasterBanner_---autotar-geting&yclid=8243463374023426047

Формирование образа мистического Тибета связано и с религией. Далай-лама как символ тибетского буддизма упоминается во многих блогах:

Сам же Далай-Лама осуществляет только духовную деятельность, оставаясь первым лицом для полумиллиарда человек¹³. Далай-лама — духовный лидер тибетцев¹⁴.

В контексте *«Священная гора Кайлас в Тибете: мистические легенды»¹⁵* Тибет описывается не только с помощью прилагательного *мистический*, но и с помощью прилагательного *священный*, создающего религиозное впечатление, и существительного *легенда*, придающего историческую окраску.

Важную роль в создании образа Тибета играют культурные традиции. Например, часто описывают тибетские похороны, называемые *небесным погребением*: *Один из самых известных обрядов — «небесное погребение». В течение трех дней лама читает молитвы перед телом умершего. После этого покойника выносят на специальное открытое место, где тело оставляют в качестве пищи для птиц¹⁶.*

Формированию образа Тибета в русской картине мира способствует популярность художника Н.К. Рериха, ездившего в Тибет и написавшего множество картин. Интерес Рериха к Востоку в целом и Тибету в частности подчеркивается словосочетаниями *восточная культура, тема Востока, религия Востока* в отзывах о выставке: *изучая восточную культуру, живя много лет в Тибете, Николай Константинович посвятил немалую часть своего творчества теме Востока, религии Востока, его мировоззрению. Здесь он черпал свое вдохновение и сюжеты¹⁷.*

2. Образ Тибета в новостях СМИ

Как отмечает О.В. Александрова, «будучи динамичным по своей сути, язык средств массовой информации наиболее быстро реагирует на все изменения в общественном сознании, отражая состояние последнего и влияя на его формирование» [Александрова 2008: 210–220].

Образ любой страны тесно связан с происходящими в ней политическими событиями. К.И. Дагаева, анализируя медийные образы политиков, указывает, что «несмотря на то что медийный образ

¹³ <https://dzen.ru/a/Yzf8TjxVzBVXv6We>

¹⁴ <https://arzamas.academy/mag/793-tibet?ysclid=lvkub1ypnr930521126>

¹⁵ <https://vitas1917.livejournal.com/760310.html>

¹⁶ <https://musaget.ru/traditsii-tibetsev-mnogomuzhestvo-i-pohorony-sostervyatnikami>

¹⁷ https://otzovik.com/review_15868761.html

политика основывается на фактах, избирательный подход, их выборочное представление, а также трактовка под тем или иным углом приводят к манипуляциям в отражении реальности» [Дагаева 2023: 155–166], то же характерно и для создания образа страны. В интернет-дискурсе можно увидеть новости о политике Тибета. В первую очередь Тибет представляется как неотъемлемая часть Китая: *Китай наметил политические направления для построения нового современного социалистического Тибета — единого, процветающего, передового в культурном отношении, гармоничного и красивого*¹⁸. На политическом уровне Тибет является автономным районом: *Тибетский автономный район Китая отмечает очередной юбилей*¹⁹. В российских СМИ активно используется лексема *вопрос*, сочетающаяся со словом *тибетский*: *Тибет занимает... особое место. В том числе из-за так называемого тибетского вопроса*²⁰. Одним из доказательств его [Тибета — Л.С.] уникальности является существование так называемого тибетского вопроса²¹, так как в истории существовал конфликт между Тибетом и Китаем: *10 марта 1959 года в столице Тибета Лхасе произошли вооруженные столкновения между подразделениями китайской армии и местным населением*²². В последние годы, когда российские СМИ упоминают Тибет, постепенно меняется выбор слов. Вместо того чтобы употреблять термины *конфликт*, *вопрос*, они предпочитают слова *безопасность*, *стабильность*, *гармония*, *спокойствие* для описания ситуации в стране: *Отметив гармонию и спокойствие в Тибете, а также национальную безопасность и стабильность в приграничных районах, Ван все же призвал к мобилизации официальных лиц и общества на борьбу с сепаратизмом*²³. Изменение употребления слова в языке отражает, что образ Тибета динамичен и зависит от политической ситуации.

Изучение моделей публичной коммуникации может привести к пониманию способов формирования образа страны [Сяо 2021: 298–301], так, часто встречаются заголовки новостных статей, посвященные теме экономики: *экономическое развитие Тибета*²⁴, *экономика Тибета*²⁵. Описание темпов развития экономики в Ти-

¹⁸ <https://www.interfax.ru/pressreleases/724146>

¹⁹ <https://ria.ru/20210824/tibet-1747016652.html?ysclid=lxsf06pgcp776021945>

²⁰ <https://asiarussia.ru/articles/664/?ysclid=lxsgk9xnm3365120863>

²¹ https://www.gazeta.ru/science/2013/06/26_a_5382253.

²² shtml?ysclid=lyfzge0kia38169710

²³ <https://ria.ru/20080317/101499489.html>

²⁴ <https://rg.ru/2021/09/26/tibet-voshel-v-pervuiu-trojku-rajonov-kitaia-po-ekonomicheskomu-rostu.html?ysclid=m08j7jp1d5903578369>

²⁵ <https://rg.ru/2003/10/01/Tibetskijryvok.html?ysclid=lxss4biukf918669870>

²⁶ <https://rg.ru/2022/10/09/ekonomika-tibeta-uverrenno-rastet.html>

бете происходит при помощи определений *устойчивый, быстрый, быстроразвивающийся*, а также словосочетаний *быстро набрать силу и уверенно расти*:

В 1951 году в Тибете /Юго-Западный Китай/ наблюдается **устойчивое и быстрое** социально-экономическое развитие²⁶. Тибет — один из самых **быстроразвивающихся** регионов Китая²⁷. Стали **быстро набирать силу** туризм, переработка продуктов земледелия и скотоводства, тибетская медицина и фармакология²⁸. Экономика Тибета **уверенно растет**²⁹.

3. Образ Тибета в рекламе тибетских клиник

Популярностью в России пользуется и тибетская медицина. На территории России находится более двадцати тибетских клиник. В рекламе клиники «Тибет» находим следующее описание: Клиника «Тибет» — это не пустые обещания исцеления, а большая работа, которая приносит реальные результаты³⁰. Словосочетание *большая работа* отражает сложность, тщательность подходов тибетской медицины. Тибетская клиника «Наран» на своем сайте представляет тибетскую медицину так: *Восточная медицина отличается отсутствием противопоказаний и побочных эффектов, так как лечение проходит без химии, гормонов или операций. Применяются натуральные фитосборы по древним рецептам тибетских и бурят-монгольских эмчи-лам*³¹. Подчеркивается натуральность средств, используемых в тибетской медицине, отсутствие противопоказаний к такому типу лечения. Из текста рекламы видно, что тибетская медицина имеет древнюю историю. Об этом также свидетельствует реклама клиники «Чжуд-Ши»: *Традиционная тибетская медицина существует уже 15 веков, развивалась и совершенствовалась во многом под влиянием буддизма*³². На сайтах клиник много отзывов, в которых также делается упор на древность знания тибетских медиков: *Пользуюсь услугами двух клиник в Москве, и искренне сочувствую тем, кто не верит в медицину, которой больше 5000 лет*³³.

К тибетской медицине отношусь положительно. Тибетская медицина в большинстве случаев полностью излечивает те заболевания, которая европейская медицина считает неизлечимыми³⁴.

²⁶ <http://russian.cri.cn/news/homeList/380/20210521/666034.html>

²⁷ <https://ria.ru/20210824/tibet-1747016652.html?ysclid=lyg0cg2kh0884644470>

²⁸ <https://ria.ru/20080710/113708708.html>

²⁹ <https://rg.ru/2022/10/09/ekonomika-tibeta-uverenno-rastet.html>

³⁰ <https://www.clinica-tibet.ru/>

³¹ <https://clinica-paramita.ru>

³² <https://jutshi.ru/o-nas/>

³³ https://dzen.ru/a/Y2eyqETbs3_5d-7m

³⁴ <https://otvet.mail.ru/question/82125483>

В данном контексте наречие *положительно* и глагол *излечивать* отражают позитивную оценку тибетской медицины. Противопоставление тибетской и европейской медицины также показывает, что европейская медицина не всегда излечивает те болезни, которые подвластны тибетским медикам. Поэтому путешествия в Тибет часто используют как повод для визита к врачу: *Многие путешественники приезжают в регион ради визита к врачу, чтобы услышать диагноз и пройти курс лечения*³⁵.

Заключение

Анализ интернет-дискурса показывает, что в русской культуре существует многогранный образ Тибета. В туристических блогах Тибет предстает как загадочное, мистическое, религиозное место с древней культурой. В новостных СМИ акцентируются его политическая принадлежность Китаю, экономическая стабильность и быстрое развитие. В рекламе тибетских клиник формируется образ носителя эффективной, натуральной и древней медицины, альтернативной европейской. Все три составляющие образа получают в основном положительную оценку, о чем свидетельствует и выбираемая для представления информация, и лексика, которая репрезентирует образ Тибета.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Александрова О.В. Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества // Язык средств массовой информации / Под ред. М.Н. Володиной. М., 2008. С. 210–220.
2. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка М., 1981. 300 с.
3. Благодер Ю.Г. Образ Китая в сознании российского образованного общества XVII — начала XX в. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Истории России. 2011. № 3. С. 110–126
4. Воронцова Т.А. Новостной заголовок как репрезентант события // Политическая лингвистика. 2017. № 6. С. 21–25.
5. Дагаева К.И. Сравнительный анализ образа Б.Н. Ельцина в американской прессе // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2023. Т. 15, вып. 4. С. 156–166.
6. Земсков В.Б. Россия на «переломе» // На переломе: образ России прошлой и современной в культуре и литературе Европы и Америки (конец XX — начало XXI вв.). Отв. ред. В.Б. Земсков. М., 2011. С. 4–26.
7. Карабулатова И.С., Лагуткина М.Д. Образ Китая в лингвоинформационной модели современного медиадискурса (на материале русских и китайских СМИ) // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2021. Т. 21, № 3. С. 40–53.

³⁵ <https://wikiway.com/china/tibet/>

8. Ло Сюе. Образ Тибета в русской языковой картине мира в сравнении с китайской // *Litera*. 2025. № 5 С. 288–296.
9. Солганик Г.Я. О языке и стиле газеты. // *Язык средств массовой информации*. М., 2008 [Электронный ресурс]. URL: http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#3_25. (дата обращения: 28.08.2024).
10. Сяо Юй. Пресс-конференции главы МИД КНР как способ формирования национального имиджа // *Мир науки, культуры, образования*. 2021. № 5. С. 298–301.
11. Эбру А. Языковые средства создания образа политического деятеля в американских и британских СМИ: дисс. канд. фил. наук. Москва, 2017. 233 с.

REFERENCES

1. Alexandrova O.V. *Iazyk sredstv massovoi informatsii kak chast' kollektivnogo prostranstva obshchestva* [The language of mass media as part of the collective space of society]. In: Volodina M.N. (ed.) *Iazyk sredstv massovoi informatsii*. Moscow, 2008, pp. 210–220. (In Russ.)
2. Arnold I.V. *Stilistika sovremennogo angliiskogo iazyka* [The style of the modern English language]. Moscow, 1981. 300 p. (In Russ.)
3. Blagoder Yu.G. *Obraz Kitaia v soznanii rossiiskogo obrazovannogo obshchestva XVII — nachala XX v.* [The image of China in the consciousness of the Russian educated society of the XVII — early XX century]. *Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: The History of Russia*. 2011. № 3, pp. 110–126 (In Russ.)
4. Vorontsova T.A. *Novostnoi zagolovok kak reprezentant sobytiia* [The news headline as a representative of the event]. *Political linguistics*. 2017. № 6, pp. 21–25. (In Russ.)
5. Dagaeva K.I. *Sravnitel'nyi analiz obraza B.N. El'tsina v amerikanskoi presse* [Comparative Analysis of Boris Yeltsin's Image in the American Press]. *Vestnik Permskogo universiteta. Perm University Herald. Series: Russian and Foreign Philology*. 2023. vol. 15, issue 4, pp. 156–166. (In Russ.)
6. Zemskov V.B. *Rossia na «perelome»* [Russia is at a “turning point”]. At the turning point: the image of Russia of the past and modern in the culture and literature of Europe and America (late XX — early XXI centuries). In: Zemskov V.B. (ed.). *Moscow*. 2011, pp. 4–26. (In Russ.)
7. Karabulatova I.S., Lagutkina M.D. *Obraz Kitaia v lingvoinformatsionnoi modeli sovremennogo mediadiskursa (na materiale russkikh i kitaiskikh SMI)* [The image of China in the linguistic information model of the modern media discourse (based on the material of Russian and Chinese media)]. *Vestn. Sev. (Arctic) feder. Univ. Ser.: Humanit. and social sciences*. 2021. Vol. 21, № 3, pp. 40–53. (In Russ.)
8. Luo Xue. *Obraz Tibeta v russkoi iazykovoi kartine mira v sravnenii s kitaiskoi* [The image of Tibet in the Russian language Worldview in comparison with the Chinese Worldview]. *Litera*. 2025. № 5, pp. 288–296. (In Russ.)
9. Solganik G.Ya. *O iazyke i stile gazety* [О языке и стиле газеты]. In: *About the language and style of the newspaper. Language of mass media*. Moscow. 2008. [Electronic resource]. URL: http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#3_25 (accessed: 28.08.2024). (In Russ.)
10. Xiao Yu. *Press-konferentsii glavy MID KNR kak sposob formirovaniia natsional'nogo imidzha* [The research on press conference of the head of the PRC foreign ministry

for forming the national image]. The world of science, culture, and education. 2021. № 5, pp. 298–301.

11. Ebru A. *Iazykovye sredstva sozdaniia obraza politicheskogo deiatelia v amerikanskikh i britanskikh SMI* [Linguistic means of creating an image of a political figure in the American and British media]. Dissertation of the Candidate of Philology. Moscow, 2017. 233 p. (In Russ.)

Поступила в редакцию 20.12.2025

Отредактирована 15.04.2026

Принята к публикации 22.06.2026

Received 20.12.2025

Revised 15.04.2026

Accepted 22.06.2026

ОБ АВТОРЕ

Ло Сюе — соискатель степени кандидата филологических наук кафедры русского языка филологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова; 997351790@qq.com

ABOUT THE AUTHOR

Luo Xue — PhD Student, Department of the Russian Language, Faculty of Philology, Lomonosov Moscow State University; 997351790@qq.com