

УДК УДК 811.581: 070

DOI 10.52575/2712-7451-2022-41-2-193-204

Россия в официальной прессе Китая: новостной дискурс «Жэньминь Жибао»

Го Лицзюнь¹, Чжан Цзяхуэй²

¹ Институт международных исследований,
Университет имени Сунь Ятсена,
Китайская Народная Республика, 519082, Провинция Гуандун, г. Чжухай, район Сянчжоу,
Университетский проспект, № 2;

² Институт России, Восточной Европы и Центральной Азии,
Шанхайский университет иностранных языков,
Китайская народная республика, 201620, г. Шанхай, ул. Вэньсян, 1550
E-mail: guolj5@mail.sysu.edu.cn

Аннотация. Рассматривается тема репрезентации образа России в современных качественных средствах массовой информации Китая как индикатор политических отношений двух стран. Цель исследования состоит в выявлении оценок страны-партнера, представленных в газете, которая отражает позицию власти. Изучены материалы новостного дискурса газеты «Жэньминь Жибао» в период с 2018 по 2021 годы, в частности 15 827 заголовков репортажей, посвященных России. Установлено, что в газете «Жэньминь Жибао» Россия представлена как стратегический партнер, с которым Китай находится в добрососедских отношениях. Российскому президенту в исследуемом дискурсе отводится особое место: газета создает образ сильного руководителя, заинтересованного в развитии своей страны и партнерстве с КНР, что вызывает уважение у китайского общества. Показано, что имидж России, создаваемый в новостном дискурсе «Жэньминь Жибао», кардинально отличается от образа агрессивной страны, который создают западные средства массовой информации. Значительное место в публикациях о России занимает тема борьбы с пандемией, поднимаются проблемы динамики распространения вируса, разработки вакцины и вакцинации населения. Общее впечатление о России, создаваемое в новостном дискурсе официального печатного органа власти Китая, формирует у китайского общества представление о соседе как надежном партнере, с которым КНР совместно противостоит глобальным угрозам.

Ключевые слова: Россия, Китай, В.В. Путин, «Жэньминь Жибао», новостной дискурс, образ страны

Благодарности: исследование проведено при поддержке Китайского Национального фонда общественных наук «Дискурсивный анализ новостных текстов о Китае в российских СМИ (на основе корпусного подхода)» (грант № 16СYY065).

Для цитирования: Го Л., Чжан Ц. 2022. Россия в официальной прессе Китая: новостной дискурс «Жэньминь Жибао». Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 41(2): 193–204. DOI: 10.52575/2712-7451-2022-41-2-193-204

Russia in China's Official Press: News Discourse "People's Daily"

Lijun Guo¹, Jiahui Zhang²

¹ School of International Studies, Sun Yat-sen University,
No. 2 University Road, Xiangzhou District, Zhuhai City, Guangdong Province 519082, P.R. China;

² School of Russian and Eurasian Studies,
Shanghai International Studies University
1550 st. Wenxiang, Shanghai 201620, P.R. China
E-mail: guolj5@mail.sysu.edu.cn

Abstract. The theme of the representation of the image of Russia in the modern high-quality mass media of China as an indicator of the political relations between the two countries is discussed. The purpose of



such a study is to identify the assessments of the partner country presented in the newspaper, which reflect the stand of the authorities. The materials of the news discourse of the People's Daily in the period from 2018 to 2021 were studied, in particular, 15827 headlines of reports related to Russia. In this period China and Russia were subject to sanctions by the United States and European countries, and also fight the epidemic of coronavirus infection. These events have become an incentive to unite both countries in the face of a common danger. The study was conducted on the basis of a combination of methods of critical discourse analysis, which involves the study of the text in close connection with social practices, and corpus linguistics, which allows analysis on the basis of big data. It is noted that these methods make it possible to give an objective assessment of the attitude towards another country in the press by identifying the image that publications create. It has been established that in the newspaper "People's Daily" Russia is presented as a strategic partner with which China is in good neighborly relations. Their guarantors are the leaders of both countries – Xi Jinping and Vladimir Putin. The Russian president is given a special place in the discourse studied: the newspaper creates the image of a strong leader interested in the development of his country and partnership with China, which inspires respect from the Chinese society. It is shown that the image of Russia, created in the news discourse of "People's Daily", is fundamentally different from the image of an aggressive country, which is created by the Western media. A significant place in publications about Russia is occupied by the topic of combating the pandemic, the problems of the dynamics of the spread of the virus, the development of a vaccine and the vaccination of the population are raised. The general impression of Russia, created in the news discourse of China's official press of the authority, forms in the Chinese society an image of the neighbor as a reliable partner, with whom the PRC jointly counters global threats.

Keywords: Russia, China, V. Putin, "People's Daily", news discourse, image of the country

Acknowledgments. Research is accomplished with financial support of the Social Science Fund Foundation of China Grant №16CYY065 "Discourse Analysis of News Texts about China in Russian Mass Media".

For citation: Guo L., Zhang J. 2022. Russia in China's Official Press: News Discourse "People's Daily". Issues in Journalism, Education, Linguistics, 41(2): 193–204 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2022-41-2-193-204

Введение. Образ страны в информационном поле

Положительный имидж страны в информационном поле другого государства – важный инструмент политики «мягкой силы». Поэтому изучение образа страны в иностранных средствах массовой информации, особенно в качественной прессе этой страны, имеет значение с точки зрения установления и поддержания стабильных отношений не только в политической, но и в иных сферах сотрудничества. И наоборот, создание в СМИ негативного образа государства, как показывает в последние месяцы информационное освещение политических событий, оказывается чрезвычайно действенным методом влияния на общественное мнение. Таким образом, вопрос о репрезентации в информационном пространстве позитивных и негативных представлений о той или иной стране требует научного осмысления. Исследователями предпринимаются попытки «изучения причин распространения и укрепления в современном Китае позитивного образа "Россия" с богатым образовательным имиджем, природными ресурсами и культурными традициями, который долгие годы китайцами воспринимался как страна балалаек, медведей и водки» [Ливэй, 2021, с. 180]. Анализ репрезентации образов как Китая, так и России в СМИ уже предпринимался исследователями. Их взгляд на изучение имиджа России обращен к сферам политики, дипломатии, социальных коммуникаций, лингвистики и культуры [Благодер, Минц, 2011; Коновалова, 2011; Fan, Fang, 2014; Цуй, 2015]. Одним из условий формирования положительного восприятия китайским обществом того или иного государства является официальная позиция власти.

Цель данного исследования – проанализировать образ России, представленный во влиятельной газете «Жэньминь Жибао», для понимания того, как репрезентируются от-

ношения России и Китая в одном из ведущих качественных СМИ последнего. Обращение именно к этому информационному источнику обусловлено тем, что данная газета является официальным печатным изданием Центрального комитета Коммунистической партии Китая, то есть во многом представляет официальный взгляд власти на отношения с соседом, а также тем, что «Жэньминь Жибао» занимает первое место в базе данных новостей «Хуэйкэ» по количеству сообщений, касающихся России.

Материалом для исследования послужили тексты указанной газеты в период с 11 августа 2018 года, когда власти США ввели санкции против России и КНР, что получило широкое освещение в китайских и российских средствах массовой информации, до 30 июня 2021 года. Этот временной отрезок богат не только политическими новостями, но и событиями, обусловленными пандемией коронавирусной инфекции, что дает новый материал для изучения образа страны, который создается в СМИ другого государства, в данном случае соседнего, с которым осуществляется активная коммуникация.

Взаимодействие России и Китая характеризуется стабильностью. Обе страны сотрудничают в политической, экономической и культурной сферах. Для успешного взаимодействия государств и их граждан необходимо создание позитивных представлений о союзнике. Так, в российских СМИ Китай – «и стратегический партнер, и “добрый сосед”, и важный экспортер российских природных ресурсов, и один из основных союзников на мировой арене» [Коновалова, 2011, с. 74], хотя есть и материалы негативного характера, однако их количество составляет 13,95 % от всех новостей о КНР, причем по сравнению с репрезентацией образа Китая в российских СМИ 90-х гг. наблюдается динамика существенного улучшения [Коновалова, 2011, с. 80].

Критический дискурс-анализ и корпусная лингвистика как инструменты изучения образа страны на основе исследования заголовков

Одним из инструментов, который можно использовать для изучения формируемого в медийном пространстве образа страны, является критический дискурс-анализ. В своем исследовании мы обращались к социально-культурному подходу к анализу дискурса Нормана Фэрклоу (Norman Fairclough), который опирается на анализ текста, при этом дискурсивные практики рассматриваются в тесной связи с социальными событиями [Fairclough, 1995]. Н. Фэрклоу (N. Fairclough) формулирует концепцию идеологической дискурсивной формации (ideological discursive formation) [Fairclough, 2003]. Он считает, что каждая такая формация связана с различными группами социума наподобие речевого сообщества: каждое речевое сообщество имеет свои речевые традиции и идеологические установки, при этом идеологическая составляющая выявляется в речевой практике.

В последние годы китайские лингвисты активно обращаются к исследованию идеологического дискурса, при этом обнаруживается, что для критического анализа дискурса не хватает системности [Meyer, 2001, p. 15]. На помощь приходит корпусная лингвистика, позволяющая получить более полные и точные данные, нежели исследователь извлекает при традиционном анализе текста, и дает возможность применять дискурсивный анализ к большому объему языковых данных, поскольку количественный анализ обеспечивает универсальность и надежность результатов и выводов исследований.

Заголовок является той частью содержания репортажей, которая, выполняя прагматические функции, привлекает внимание читателей. Он занимает особое место и представляет собой навигатор по текстам новостей, концентрируясь на наиболее яркой информации и обобщая заслуживающее наибольшего внимания содержание [Pan, 2015, с. 8]. Новые форматы медиа, перенасыщенность информационного пространства новостями обуславливают необходимость адаптации к новым технологиям, поиск аттрактивных средств для завоевания читателя, – «в большей степени эти требования касаются заголовков, – они теперь важнее непосредственно контента, а также автора, который его подготовил, и издания, которое опубликовало» [Кузнецов, 2021, с. 49].

На основе материалов о России, размещенных в газете «Жэньминь жибао», мы собрали фонд заголовков. В качестве ключевых слов выступали номинации 俄、俄罗斯、俄国 (китайские варианты лексемы *Россия*), 普京 (*Путин*), 莫斯科 (*Москва*). В результате было выявлено 15 827 заголовков СМИ. После устранения повторяющихся заголовков осталось 8 717 единиц. Используя приложение для анализа корпусов WordSmith 4,0, всего нами было получено 124 133 словоупотреблений (token – последовательность символов, которые в тексте отделены друг от друга пробелами и/или знаками препинания) и 12 586 уникальных слов (types – лексемы, репрезентирующие одно значение). Для верификации данных о ключевых словах мы обратились к материалам двух корпусов: исследовательского (Observed corpus) и сравнительного (Reference corpus), в роли последнего выступил Ланкастерский корпус китайского языка "The Lancaster Corpus of Mandarin Chinese".

На основе созданного корпуса заголовков мы выявили количество репортажей, ключевые слова, коллокации слова Россия и их диахронное изменение. После этого, опираясь на подход к критическому анализу дискурса Н. Фэрклоу [Fairclough, 1995], проанализировали 8 717 заголовков репортажей с 2018 по 2021 годы из газеты «Жэньминь Жибао», касающихся России. Согласно теории Фэрклоу, анализ созданного в последние годы газетой «Жэньминь Жибао» имиджа России и его глубоких идеологической репрезентации проводится по трем основаниям: текстовому описанию, дискурсивной интерпретации и социальной атрибуции.

Образ России – стратегического партнера: частота публикаций и ключевые слова

Плотность push-уведомлений, или оповещений об актуальных событиях, посылаемых пользователям/читателям, например, в формате всплывающих окон, отражает то, насколько конкретное СМИ уделяет внимание соответствующей информации. Известно, что, когда само событие приобретает свойство актуальности, значимость и близость, количество репортажей в прессе увеличивается. Ниже представлен временной рейтинг новостных сообщений, касающихся России, в информационном поле «Жэньминь Жибао», полученных с использованием приложения PivotTable (рис. 1).

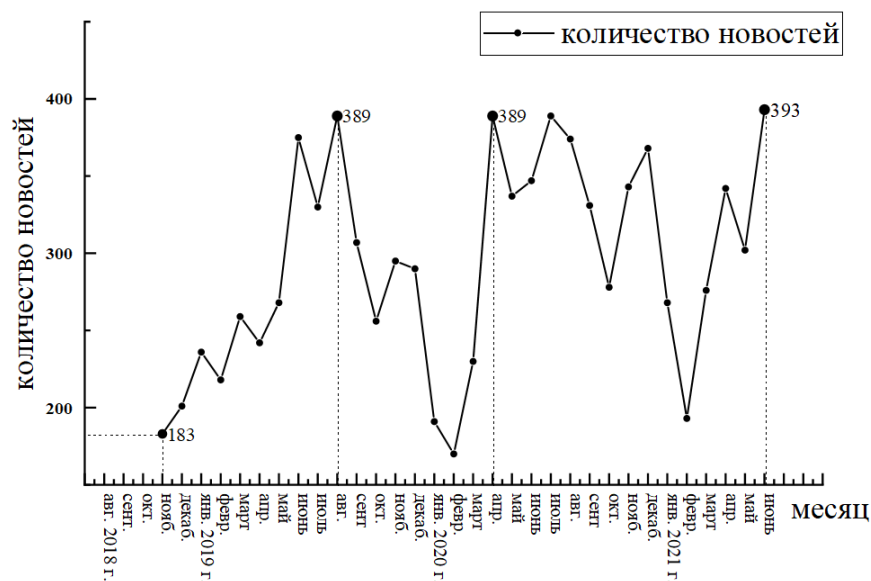


Рис. 1. Количественное распределение новостей (2018–2021 гг., ежемесячно)
 Fig. 1. Quantitative distribution of news (2018–2021, monthly)

На данном рисунке видно, что в исследуемый период газета «Жэньминь Жибао» стабильно следила за соответствующими событиями, связанными с Россией. Среднемесячное количество репортажей составляет 200 текстов. В мае 2019, марте 2020, феврале 2021 годов наблюдается самый активный рост количества репортажей, а на июнь и август 2019, апрель 2020 и июнь 2021 годов приходится пик новостей.

Активность публикаций в данный период обусловлена рядом событий социально-политической жизни обеих стран: в 2019 году отмечается 70-я годовщина с момента установления дипломатических отношений между Россией и Китаем, когда СССР признал создание Китайской Народной Республики. В июне 2019 года главы КНР и России объявили о вступлении обеих стран в новую эпоху с высоким взаимным доверием и стратегической поддержкой¹. Газета «Жэньминь Жибао» сделала большое количество репортажей по поводу данного события. Так, за июнь 2019 года было опубликовано 24 материала, посвященных китайско-российским отношениям, а материалов, посвященных китайско-европейским и китайско-американским отношениям, только 4 и 10 соответственно.

Ключевыми словами заголовков, имеющими позитивную коннотацию, в этот период стали лексемы *дружба, перспектива, сотрудничество, отношения, сильный*, словосочетание *дипломатические отношения* и др.: «Обзор и перспектива: российско-китайские отношения в новую эпоху» – в Москве прошел форум, посвященный 70-летию установления дипломатических отношений между Китаем и Россией (здесь и далее примеры даны в переводе автора. — Г. Л.); 70 лет дипломатических отношений: Российско-китайские отношения становятся все крепче и крепче и др. Характер заголовков стилистически сдержан; поскольку их функция в освещении данного новостного события исключительно информативная: они не содержат в своем составе слов и выражений, призванных привлечь внимание читателей за счет оригинальности формулировок. Скорее, данные заголовки отражают серьезность отношений между государствами, уважение к России как к деловому партнеру.

С декабря 2019 года по март 2020 наблюдается первая волна китайской борьбы с пандемией коронавируса. В это время США вводят санкции против китайской компании «Хуавэй». Хотя в данный период «Жэньминь Жибао» основное внимание концентрирует не на России, но тем не менее публикует порядка 100 репортажей о стране. В апреле 2020 года ситуация в связи с пандемией ухудшается и в Российской Федерации. Потеря ей контроля над эпидемией, возвращение китайцев в КНР, российская борьба с коронавирусом попадают в фокус внимания газеты. Количество репортажей в апреле увеличивается до 389. Помимо ковидной тематики, публикации в газете посвящены денонсации Договора по открытому небу, который 2 июня 2021 года одобрил Совет Федерации России². В конце июня Китай и Россия отметили 20-летие договора о добрососедстве и сотрудничестве, что стало программным и базовым документом для устойчивого долгосрочного развития китайско-российских отношений, для всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия в XXI веке. Материалы газеты «Жэньминь Жибао» поднимают вопросы китайско-российского сотрудничества, которое согласно отражаемым в публикациях событиям, укрепляется день за днем. Репортажей, посвященных данной тематике, становится все больше и больше.

Ключевыми являются те языковые единицы, частота встречаемости которых «намного выше обычного уровня по сравнению с соответствующим справочным корпусом» [Scott, Tribble, 2006, p. 55]. Если частота встречаемости ключевых слов в исследова-

¹ Russian Satellite News Agency: "The 70th anniversary of the establishment of diplomatic relations between China and Russia" is the most important event in the world in 2019. 2020. Guangming.com [website]. Available at: <https://m.gmw.cn/baijia/2020-01/03/33451338.html> (accessed: 05.10.2021) (in China).

² The Russian Federation Council unanimously approves the draft law on repealing the "Open Skies Treaty" [website]. 2021. Chinanews.com. Available at: <http://www.chinanews.com/gj/2021/06-02/9491069.shtml> (accessed: 05.10.2021) (in China).



тельском корпусе значительно превышает частоту встречаемости в сравнительном корпусе, то такие ключевые слова называются позитивными, то есть отражающими проблему, вызывающую у читателя повышенное внимание [Kaibao, Dandan, 2020, с. 99]. Кроме того, анализ ключевых слов выявляет регулярность их использования в текстах.

Исходя из полученных нами показателей, первые места занимают ключевые слова, чья семантика связана, во-первых, с пандемией коронавируса – 35 %: *коронавирус, случай заболевания, инфекция, эпидемия, пневмония, вакцина, вирус, десять тысяч* и т. д.; во-вторых, с политической коммуникацией – 30 %: *Путин, Китай, Америка, президент, министр иностранных дел, Си Цзиньпин* и т. д. Остальные затрагивают проблемы экономического развития, военной сферы, культурного взаимодействия: *сотрудничество, рейс, ракета, годовщина, договор, санкция* и т. д. Изучая расположение ключевых слов корпуса, можно утверждать, что газета фокусируется на ситуации эпидемии в России, отношениях между Китаем, Россией и США, встрече глав Китая и России, устойчивых отношениях между двумя странами, культурной коммуникации между ними и т. д.

Судя по частеречной характеристике главного слова в коллокациях, встречающихся в текстах о России, 25 % выражений включают в себя собственные имена существительные, которые называют страны: *Китай, США, Беларусь*; 25 % – факты, связанные с эпидемией: *коронавирус нового типа, вакцина, вирус, случай* и т. д.; 30 % синтаксически главных слов в коллокациях связаны с образным представлением коммуникации как игры: *СМИ, ракета, стратегия, отношения* и т. д. Остальные 20 % касаются политических отношений на высшем уровне: *министр иностранных дел, Путин, президент* и др. Анализ коллокаций в исследуемых текстах показывает, что ключевые слова, в том числе в форме коллокаций, отражают в основном соответствующее названному выше содержание: эпидемия коронавируса в России, политические игры между державами, китайско-российские отношения, а также китайско-российские экономические и культурные обмены.

С момента обнаружения «нулевого пациента» 1 марта 2020 года в России изменение ситуации эпидемии коронавируса было одним из главных приоритетов внимания Китая к России. В текстах используется много числительных, которые могут отражать статистику не только по заболеваемости, но и по излеченности пострадавших людей, результатам вакцинации. Таких заголовков много, например: *Общее количество подтвержденных случаев новой коронавирусной инфекции в России превышает 2,16 миллиона; Заместитель премьер-министра: более 8 миллионов людей в России были вакцинированы против нового коронавируса*. Цифры свидетельствуют о точности информации, а также о ее серьезности. Кроме того, использование больших цифр в отношении жертв или вакцинированных граждан призвано оказать воздействие на читателя, создав эмоциональную ситуацию новизны или необычности, таким образом привлекая внимание целевой аудитории.

В период пандемии США вместе со странами ЕС ввели санкции против России во многих сферах. Когда газета «Жэньминь Жибао» сообщает об этих санкциях (*Россия приняла ряд мер в ответ на «санкции против России» США; Меркель заявила, что не исключено, что наложит санкции на Россию за Северный поток-2*), она подчеркивает, что между Китаем и Россией на фоне давления США и Европы сохраняются устойчивые двусторонние отношения. Соответствующие заголовки включают в себя слова: *санкции, договор, годовщина, многосторонность, сотрудничество, содействие* и т. д., например: *Путин: Россия не будет включена в схему отношений Запада с Китаем; Содействие сотрудничеству с Китаем для достижения более высокого уровня и дальнейшего развития стало общим стремлением людей из всех слоев общества в России*.

Более того, политические, экономические и культурные обмены между двумя странами растут день за днем, углубляя дальнейшее взаимодействие на уровне правительств, предприятий и народов, о чем свидетельствуют заголовки: *Проведен финал конкурса «Китайский мост» по изучению китайского языка для студентов университетов в России;*

Нормализация движения экспресса «Китай-Европа» из Гуанси в Россию; Надеемся на расширение сотрудничества с Китаем в области аэрокосмической науки и технологий.

Таким образом, анализ ключевых слов и коллокаций в публикациях газеты за последние три года показывает, что основная тематика новостей связана с пандемией коронавирусной инфекции, политическими новостями, в том числе негативными – о санкциях США и стран Европы в отношении Китая и России, и позитивными – о совместном противодействии Китая и России давлению «коллективного Запада» и укреплению взаимного доверия и дружбы между двумя соседними государствами.

Направления в формировании образа России газетой «Жэньминь Жибао»

Анализ соотношения дискурса с социальной практикой показывает, что средства массовой информации Китая, в частности официальный печатный орган правительства КНР, формирует образ Российской Федерации в позитивном ключе. Можно выделить основные направления в репрезентации образа России в глазах общественности Китая.

Россия – партнер Китая, хороший и старый друг

Судя по ключевым словам, извлеченным из сравнительного корпуса, среди которых *сотрудничество, Путин, Си Цзиньпин* и *годовщина*, видно, что они имеют очень высокую степень частоты употребления, значительно более высокую, чем в справочном корпусе, и этот показатель является статистически значимым. Тенденция изменения частоты употребления указанных слов в каждом месяце показана на рис. 2.

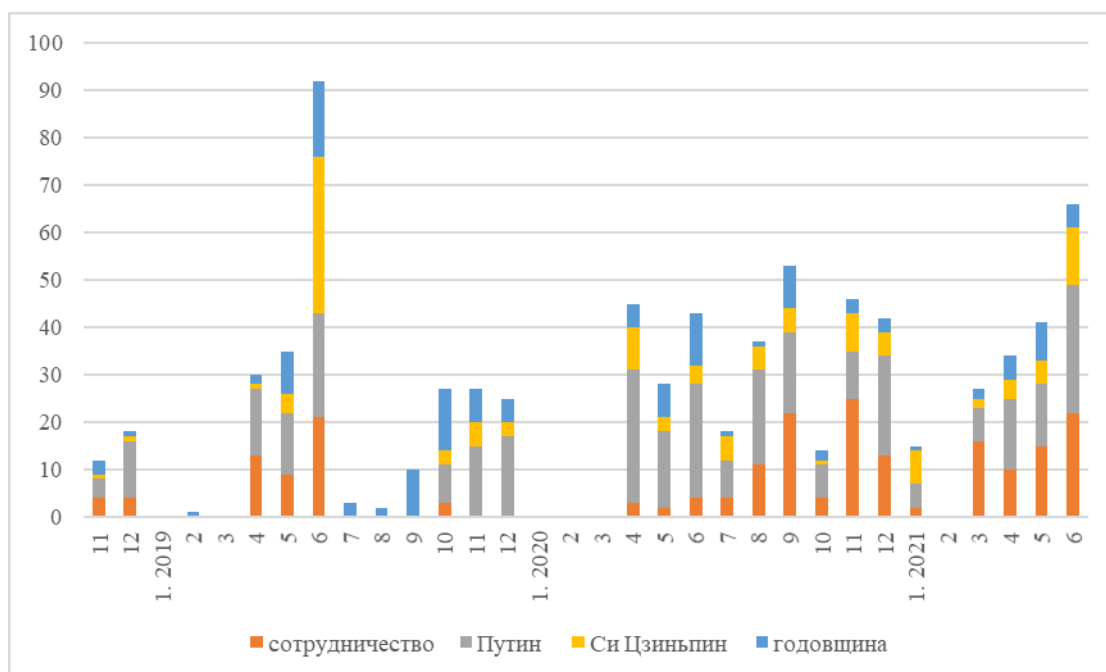


Рис. 2. Распределение высокочастотных ключевых слов в корпусе по месяцам
 Fig. 2. Distribution of high-frequency keywords in the corpus by month

Мы видим, что в репортажах «Жэньминь Жибао» есть значительная стабильность употребления высокочастотных положительных ключевых слов и наблюдается устойчивая тенденция к их росту. Частота позитивных ключевых слов, называющих факты, связанные с китайско-российским сотрудничеством, возросла. При этом, судя по частотности употребления имен руководителей обоих государств, гарантами этой дружбы являются именно они: *Си Цзиньпин* и *Президент России Владимир Путин* стали свидетелями начала китайско-российского проекта сотрудничества в области ядерной энергетики; Пре-

зидент России Владимир Путин: российско-китайские отношения достигли беспрецедентно высокого уровня.

В публикациях газеты Россия представляется старым другом Китая: *русский народ оказал ценную политическую и моральную поддержку китайскому народному сопротивлению японской агрессии, оказал материальную помощь; с 1937 года более 2000 советских пилотов участвовали в составе Добровольческой летной группы, помогающей Китаю в борьбе с японскими захватчиками, при этом более 200 русских человек погибли в этой войне. При этом дружеские отношения имеют длительную традицию: Передача эстафеты китайско-российской дружбы из поколения в поколение; Сеять семена дружбы между Китаем и Россией из поколения в поколение.*

В настоящее время Россия и Китай сотрудничают в разных сферах жизни государства и общества: науки (*Сделано в Китае и России – Китай и Россия объединятся в сотрудничестве в области научных и технологических инноваций*); медицины (*Эксперты из Минздрава России: китайская медицина пришла в Россию вовремя*), в том числе во время пандемии (*Хэйхэ открыл зеленый канал для начала помощи России в поставках медикаментов*); производства (*Разработанные китайскими компаниями проекты глубокой переработки нефти в России были успешно запущены в производство*); космоса (*Китай и Россия подписали меморандум о сотрудничестве в строительстве международной лунной исследовательской станции*) и др., а также в сфере общественных и личных отношений (*Русский парень пел и болел за Гуанчжоу во время карантина у себя дома; Российские звезды учатся готовить китайскую еду (второй сезон) – жареная рисовая лапша из говядины и др.*).

Россия – партнер Китая в борьбе с современными угрозами

В исследуемый период тематика партнерства развивается в направлении создания образа стран, которые вместе борются с общей угрозой: *Независимо от того, как меняется международная ситуация, Китай готов помочь России; Россия и Китай сотрудничают «спина к спине, чтобы совместно бороться не только с коронавирусом, но и с новым “политическим вирусом”»* (из выступления министра иностранных дел Китая Ван И. на пресс-конференции «Двух сессий» 7 марта 2021 г.). Речь идет о противостоянии «цветным революциям» и распространению ложной информации: *«Чем более беспокойным становится мир, тем более твердо должно продвигаться сотрудничество Китая и России»* – заявляет Ван И. Благодаря СМИ, именно этот образ – двух стран, противостоящих вместе угрозе «цветных революций», – широко распространен в китайском обществе.

Президент РФ В. В. Путин – гарант партнерства Китая и России

Антропоним *Путин* – часто встречающееся тематическое слово и высокочастотная коллокация слова *Россия* в китайском языке. В Китае широко распространено мнение, что «для понимания образа России особое значение имеет культурно-языковой стереотип “Путин”, который стал ключевым именем собственным <...> В значительной степени образ президента Путина представляет собой образ всей российской нации» [Ливэй, 2021, с. 184]. Фамилия российского президента часто появляется в заголовках новостей, привлекая внимание читателей. Путем поиска в корпусе мы обнаружили слова, которые имеют сильную взаимосвязь с антропонимом *Путин*: *президент, Си Цзиньпин, проводить, объявить, встреча, вакцина, подписание, вместе, свидетель, обращение, поздравление, поддержка, благодарить, улучшить*. Использование в текстах фамилии Путин создает семантическую просодию (явление, при котором слова с нейтральной семантической коннотацией могут получать положительную или негативную оценку в сочетании с определенными словами [Yang, 2009]), поскольку имя часто сочетается со словами, имеющими положительную окраску. Антропоним *Путин* является одновременно часто встречающимся ключевым словом и частым компонентом в составе коллокаций с лексемой *Россия*.

Оба слова обладают положительными семантическими характеристиками и создают положительный образ президента России в глазах китайского читателя.

Заголовки новостей с ключевым антропонимом *Путин* создают образ президента, который активно взаимодействует с китайским руководителем страны и развивает с китайским руководством сотрудничество в разных областях (*Видеосвязи между Си Цзиньпином и президентом России Путиным: главы вместе присутствовали на церемонии открытия Китайско-российского восточного маршрута газопровода; Си Цзиньпин и президент России Путин вместе стали свидетелями церемонии открытия китайско-российского проекта сотрудничества в области ядерной энергетики*); заинтересован в развитии России (*Путин принимает меры, чтобы российская экономика продолжала развиваться*); приветствует получение российского гражданства, в частности жителями Украины, которая находится в конфронтации к Кремлю (*Путин подписал указ о расширении круга граждан Украины для получения гражданства России по упрощенной процедуре*). Главным образом, речь в публикациях, связанных с президентом России, идет в ключе обсуждения активного сотрудничества двух государств в политической и экономической сферах. Кроме того, в ряде материалов можно увидеть сообщения о здоровье российского президента в связи с вакцинацией как важной составляющей жизни всего мира в последние годы: *Кремль: Путин чувствует себя хорошо после вакцинации; Кремль: у Путина нет побочных эффектов после вакцинации «Спутник-V»* (косвенно такие новости в свете «вакцинной войны», которая наблюдается в глобальном пространстве, свидетельствуют и о качестве российской вакцины, и о гражданской ответственности президента).

Россия активно борется с эпидемией и восстанавливает экономику

В противозидемиологическом дискурсе «Жэньминь Жибао», связанном с Россией, 35 % ключевых слов и 25 % коллокаций связаны, конечно, с вопросами эпидемии, например: *коронавирус нового типа, случай, инфекция, накапливать, диагностированный, пневмония, вакцина, вакцинация, новый случай* и др. При этом видно, что «Жэньминь Жибао» обращает внимание на динамику эпидемической ситуации в России. Так, большое количество контекстов связано с семантикой «счета»: *Общее количество подтвержденных случаев новой инфекции в России превышает 1,04 миллиона* и др.

Следует отметить, что внимание «Жэньминь Жибао» к эпидемии в России отражается не только в сообщениях о количествах заболевших, но и публикациях, посвященных предпринимаемым Россией мерам по борьбе с новым вирусом. Разработка вакцин и восстановление экономики – это конкретные предпринимаемые усилия России по борьбе с глобализацией эпидемии. Обращает на себя внимание тенденция изменения соответствующих ключевых слов в репортажах о России, начиная с марта 2019 года по настоящее время: ориентируясь на социальную практику, газета пишет о разработке вакцин, практике вакцинации и сотрудничестве (ключевые слова этого периода *вакцина, проводить, вакцинация, сотрудничество, рейс, встреча, корона* и т. д. Тенденции изменения продемонстрированы на рис. 3.

На данном рисунке пунктирная линия показывает изменение количества сообщений в «Жэньминь Жибао» об эпидемии коронавируса в России, демонстрируя тенденцию сначала усиления распространения вируса, а затем снижения, в то время как гистограмма показывает количество репортажей газеты об усилиях России в борьбе с эпидемией, включая новости с указанными выше ключевыми словами. При этом получается, что в самый пик пандемии репортажей о борьбе с ней в России было критически мало. Позже «Жэньминь Жибао» начинает уделять больше внимания различным усилиям России по борьбе с эпидемией, включая разработку вакцин, организацию вакцинации граждан и восстановление экономики. Значительное место в сообщениях отводится китайско-российскому партнерству как в эпидемиологической сфере, так и в восстановлении экономики после пандемии: *Президент Российского фонда прямых инвестиций: «Сотрудни-*

чество с Китаем способствует разработке вакцин»; Пресс-секретарь президента России высоко оценил китайско-российские противозидемическое сотрудничество.

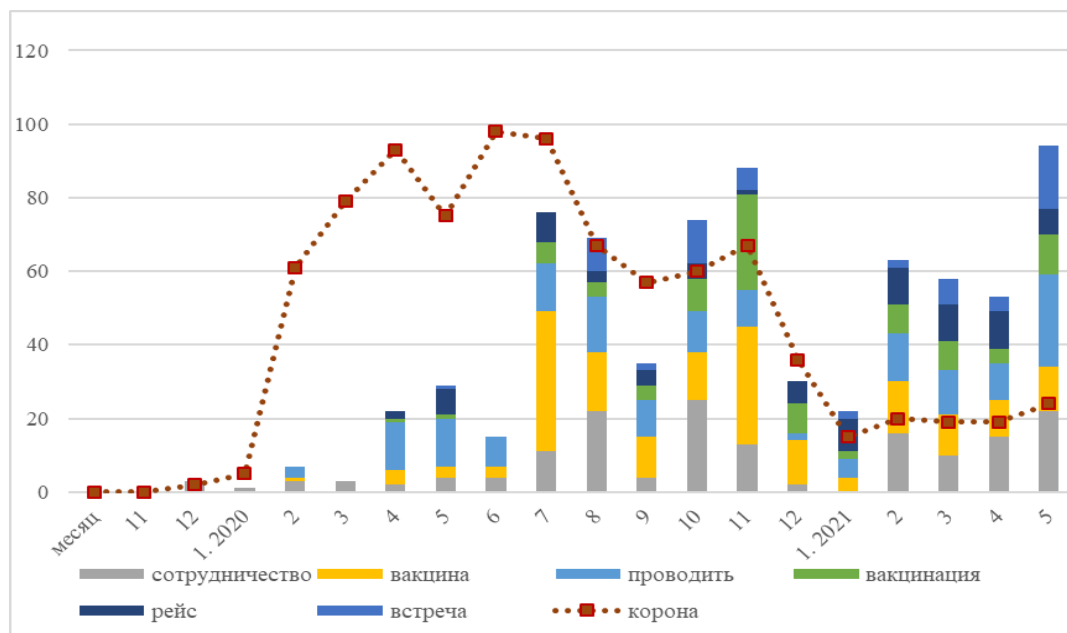


Рис. 3. Распределение части ключевых слов о коронавирусе в корпусе
 Fig. 3. Distribution of some keywords about coronavirus in the corpus

Заклучение

Изучение образа страны в иностранных СМИ методами корпусной лингвистики и дискурс-анализа позволяет путем использования больших данных и их содержательной интерпретации верифицировать представления определенных групп людей, слоев общества, в том числе властных структур, о той или иной стране. Такие исследования обычно ведутся на материале отдельных СМИ, выводы авторов интересны, весомы, но фрагментарны. В то же время результаты, полученные с применением методов корпусной лингвистики, могут послужить источником комплексного анализа образа страны в разных мировых СМИ, что в свою очередь позволит разработать определенные рекомендации для тех специалистов, которые занимаются информационной политикой.

Изучение образа России в официальном печатном органе Центрального комитета Коммунистической партии Китая – газете «Жэньминь Жибао» – показывает, что на страницах издания формируется позитивное отношение к стране. Россия рассматривается как хороший и старый друг Китая, его партнер в борьбе с современными угрозами, в частности гегемонией западных стран, при этом особая роль отводится сотрудничеству лидеров Китая и России, а также представлена активная роль последней в борьбе с пандемией как самой острой угрозой в рассматриваемый период.

Между тем еще до начала Россией специальной военной операции глобальный новостной дискурс, связанный с представлением страны, имел зачастую негативный характер. Так, исследователи отмечают, что в прессе США «обнаружена тенденция позиционирования России как потенциально опасного, агрессивного государства» [Морозова, 2018, с. 15]; в немецких СМИ широко транслируется мнение, что «санкции, введенные западными странами против “разбушевавшегося медведя”, являются эффективным средством для усмирения “агрессора”, т. к. для преодоления его отсталости необходимы инвестиции и технологии извне, в частности, из Европы» [Бабкина, 2017, с. 84–85].

Анализ материалов газеты «Жэньминь Жибао» свидетельствует о том, что китайская официальная пресса иначе позиционирует своего российского соседа, оценивая его как партнера, старого друга, с которым можно вместе вести борьбу и против внешнеполитической агрессии, и против эпидемии коронавирусной инфекции, которая в последние годы захватила весь мир.

Список литературы

- Бабкина В.А. 2017. Стереотипное моделирование образа России в современных немецких СМИ на фоне обострения российско-германских отношений. *Филология: научные исследования*, 1: 76–85. DOI: 10.7256/2454-0749.2017.1.21865.
- Благодер Ю.Г., Минц С.С. 2011. Образ Китая в сознании российского образованного общества XVII – начала XX в. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: История России*, 3: 110–126.
- Коновалова О.С. 2011. Формирование термина «Желтая экспансия» относительно образа Китая в средствах массовой информации. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика*, 3: 74–81.
- Кузнецов Е.С. 2021. Эволюция кликбейта: от инструмента желтой прессы к ключевой технологии интернет-СМИ. *Верхневолжский филологический вестник*, 2 (25): 48–54. DOI: 10.20323/2499-9679-2021-2-25-48-54.
- Ливэй Ч. 2021. Восприятие в Китае образа России в контексте «Один пояс и один путь». *Неофилология*, 7 (25): 180–185. DOI: 10.20310/2587-6953-2021-7-25-180-185.
- Морозова О.В. 2018. Речевые способы формирования образа России в российских и американских СМИ. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 23 с.
- Цуй Л. 2015. Языковые средства создания лингвокультурного образа Китая в лингвокультуре дальневосточной эмиграции. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания*, 4: 112–119.
- Fairclough N. 1995. *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London, Publ. Longman, 265 p.
- Fairclough N. 2003. *Analyzing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London, New York, Publ. Routledge, 270 p.
- Fan Z., Fang Y. 2014. Image Building of China in Russian Media – Based on an Investigation by Pravda. *Xinjiang Social Sciences*, 4: 84-89 (in China).
- Kaibao H., Dandan S. 2020. A Study of Huawei's Corporate Image in the English Translation of Sustainability Report: A Corpus-Based Study. *Foreign Languages (Journal of Shanghai International Studies University)*, 43 (06): 94–106 (in China).
- Meyer M. 2001. Between theory, method, politics: Positioning of the approach to CDA. In: *Methods of Critical Discourse Analysis*. Eds. by R. Wodak, M. Meyer. London, Publ. Sage: 14–31. DOI: <https://dx.doi.org/10.4135/9780857028020.n2>.
- Pan Y. 2015. The Construction of China's Maritime Power under the Hegemony of American Media Discourse - Based on the Critical Discourse Analysis of Chinese Navy News Reports on the US "Strategy Page" website in 2013–2014. *Foreign Language Studies*, 2: 7–12 (in China).
- Scott M., Tribble Ch. 2006. *Textual Patterns: Key words and corpus analysis in language education*. Philadelphia, Publ. John Benjamin, 203 p.
- Yang Y. 2009. *Semantic Prosody and Lexical Collocation*. North and South Bridges, 12: 85–86 (in China).
- Liu Jinan, He Hui. 2006. *Otazhenie Kitaya: obraz Kitaya v osnovnykh mirovykh sredstvakh massovoi informatsii [Reflection of China: The image of China in the world's major media]*. Pekin: Izdatel'stvo Kitaiskogo universiteta svyazi. 309 p. (in China).

References

- Babkina V.A. 2017. Stereotipnoe modelirovanie obraza Rossii v sovremennykh nemetskiikh SMI na fone obostreniya rossiysko-germanskikh otnosheniy [Stereotypical modeling of the image of Russia in modern German media against the backdrop of aggravated Russian-German relations]. *Filologiya: nauchnye issledovaniya*, 1: 76–85. DOI: 10.7256/2454-0749.2017.1.21865.
- Blagoder Yu.G., Mints S.S. 2011. Image of China in consciousness of Russian educated society of the 17th – early 20th centuries. *RUDN journal of Russian History*, 3: 110-126 (in Russia).



- Konovalova O.S. 2011. Formation of the term “yellow peril” on the image of China in the media. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 3: 74–81 (in Russia).
- Kuznetsov E.S. 2021. The evolution of clickbait: from a yellow press tool to the key Internet media technology. *Verhnevolzhski philological Bulletin*, 2 (25): 48–54 (in Russia). DOI: 10.20323/2499-9679-2021-2-25-48-54.
- Livey Ch. 2021. Perception of Russia’s image in china in the context of “one belt and one road”. *Neophilology*, 7 (25): 180–185 (in Russia). DOI: 10.20310/2587-6953-2021-7-25-180-185.
- Morozova O.V. 2018. Rechevye sposoby formirovaniya obraza Rossii v rossiyskikh i amerikanskikh SMI [Speech ways of forming the image of Russia in Russian and American media]. Abstract dis. ... cand. philol. Sciences. Saratov, 23 p.
- Tsuy L. 2015. Linguistic means of linguistic and cultural image of China in linguistic culture of far east emigration. *RUDN journal of Russian and foreign languages research and teaching*, 4: 112–119 (in Russia).
- Fairclough N. 1995. *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London, Publ. Longman, 265 p.
- Fairclough N. 2003. *Analyzing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London, New York, Publ. Routledge, 270 p.
- Fan Z., Fang Y. 2014. Image Building of China in Russian Media – Based on an Investigation by Pravda. *Xinjiang Social Sciences*, 4: 84–89 (in China).
- Kaibao H., Dandan S. 2020. A Study of Huawei’s Corporate Image in the English Translation of Sustainability Report: A Corpus-Based Study. *Foreign Languages (Journal of Shanghai International Studies University)*, 43 (06): 94–106 (in China).
- Meyer M. 2001. Between theory, method, politics: Positioning of the approach to CDA. In: *Methods of Critical Discourse Analysis*. Eds. by R. Wodak, M. Meyer. London, Publ. Sage: 14–31. DOI: <https://dx.doi.org/10.4135/9780857028020.n2>.
- Pan Y. 2015. The Construction of China’s Maritime Power under the Hegemony of American Media Discourse - Based on the Critical Discourse Analysis of Chinese Navy News Reports on the US “Strategy Page” website in 2013–2014. *Foreign Language Studies*, 2: 7–12 (in China).
- Scott M., Tribble Ch. 2006. *Textual Patterns: Key words and corpus analysis in language education*. Philadelphia, Publ. John Benjamin, 203 p.
- Yang Y. 2009. *Semantic Prosody and Lexical Collocation*. North and South Bridges, 12: 85–86 (in China).
- Liu Jinan, He Hui. 2006. Otrazhenie Kitaya: obraz Kitaya v osnovnykh mirovykh sredstvakh massovoi informatsii [Reflection of China: The image of China in the world’s major media]. Pekin: Izdatel’stvo Kitaiskogo universiteta svyazi. 309 p. (in China).

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Поступила в редакцию 30.03.2022

Received March 30, 2022

Поступила после рецензирования 13.05.2022

Revised May 13, 2022

Принята к публикации 10.06.2022

Accepted June 10, 2022

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Го Лицзюнь, доктор филологических наук, доцент, Институт международных исследований, Университет имени Сунь Ятсена, г. Чжухай, Китай

Lijun Guo, Doctor of Philology, Associate Professor, Institute of International Studies, Sun Yat-sen University, Zhuhai, China

Чжан Цзяхуэй, аспирант, Институт России, Восточной Европы и Центральной Азии, Шанхайский университет иностранных языков, г. Шанхай, Китай

Zhang Jiahui, PhD student, Institute of Russia, Eastern Europe and Central Asia, Shanghai University of Foreign Studies, Shanghai, China