

Го Лицзюнь. Образ цифрового Китая в российских средствах массовой информации / Го Лицзюнь // Научный диалог. — 2020. — № 10. — С. 26—36. — DOI: 10.24224/2227-1295-2020-10-26-36.
Guo Lijun. (2020). The Image of Digital China in the Russian Media. *Nauchnyi dialog*, 10: 26-36. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-10-26-36. (In Russ.).



УДК 811.161.1'42:070+81'37:004.09(510)“20”
DOI: 10.24224/2227-1295-2020-10-26-36

ОБРАЗ ЦИФРОВОГО КИТАЯ В РОССИЙСКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ¹

© Го Лицзюнь (郭丽君, 2020), orcid.org/0000-0002-9711-4180, доктор филологических наук, доцент факультета русского языка, Университет имени Сунь Ятсена (Гуанчжоу, Китай), guolj5@mail.sysu.edu.cn.

Анализируются опубликованные в российских средствах массовой информации тексты, посвященные процессам цифровизации в Китае. Актуальность исследования обусловлена вниманием китайского правительства к реализации международного сотрудничества с разными странами, в том числе с Россией. Отмечается, что «китайская тема» является одной из актуальных в российских публикациях. Уделяется внимание одной из наиболее популярных и динамично развивающихся сфер — цифровизации. Автор исходит из того, что средства массовой информации не только отражают новостную информацию, но и определенным образом формируют представления о том или ином описываемом объекте. Автор отмечает, что в российских газетах и журналах вопросу развития цифровизации в КНР уделяется значительное внимание. Показано, что в публикациях российских СМИ Китай представлен одним из мировых лидеров цифровизации, которая поддерживается государством и его гражданами. Приводятся контексты, которые свидетельствуют о том, что цифровизация проникает в разные сферы жизни страны: образование, промышленность, торговлю и др. Автор приходит к выводу, что в российских СМИ конструируется исключительно позитивный образ цифрового Китая.

Ключевые слова: образ Китая; российские СМИ; цифровизация.

1. Введение

Распространение влияния в мире является одним из приоритетов Китая, в связи с чем проводятся различные исследования представления страны в глобальной политике, экономике, культуре и т. п. Определенные выводы могут быть сделаны на основе анализа текстов средств массовой информации, которые отражают актуальные процессы, события, явления современной действительности, а цель дискурсивного анализа состоит именно в выявлении «социального контекста, стоящего за устной или письменной речью, исследовании взаимосвязи между языком и социальными процессами» [Прокошенкова и др., 2006, с. 452]. Изучение медийного дискурса, в котором отражаются мнения о той или иной стране, позволяет описать образ иностранного государства, конструируемый журналистами для читателей. Китайского исследователя, конечно, интересует, каковы особенности об-

1 Статья является промежуточным результатом проекта Китайского Национального фонда общественных наук «Дискурсивный анализ новостных текстов о Китае в российских СМИ (на основе корпусного подхода)» (грант №16СYY065) и подготовлена при поддержке фонда фундаментальных исследований исследовательского института «Один пояс — один путь» университета им. Сунь Ятсена.

раза его родины, оформившегося в иностранных СМИ. Общее впечатление может складываться из многих составляющих, которые освещаются в медийном дискурсе, неслучайно ряд научных работ, в том числе лингвистических, посвящен исследованию вопроса о том, как создается имидж той или иной страны.

Существенное значение в этом смысле имеет языковая (лексическая, текстовая) репрезентация восприятия той или иной страны, так как значительную долю сведений о государстве, его экономике, политике, культуре общества, особенностях организации быта мы извлекаем из СМИ. Языковые средства конструирования образа страны становятся предметом исследований. Например, Китаю посвящен ряд научных публикаций, которые рассматривают средства и особенности освещения «китайской темы» в российском, американском информационном пространстве и прессе других государств, в поэтическом и прозаическом текстах, в контексте инициативы «Один пояс и один путь», очень актуальной для китайской политики программы, ориентированной на формирование и развитие модели международного сотрудничества с участием Китая [Ван Сюй, 2012; Го Лицзюнь, 2019; Кирсанова, 2019; Медведева, 2008; Осетрова и др., 2018; Сорокина, 2010; Тяньтянь, 2019; Фу Лин и др., 2018; Цзинцзин Цзинь, 2016 и др.]. При этом обращение к «китайскому» вопросу на материале российской прессы является особенно актуальным, поскольку, как отмечают исследователи, «языковой образ Китая следует признать одним из таких фрагментов, который является ключевым в текстах российской прессы последних десятилетий: российско-китайские отношения являются приоритетным направлением внешней политики России, влияют на социальную и экономическую жизнь населения, а потому регулярно и массово обсуждаются на страницах периодических изданий» [Осетрова и др., 2018, с. 21].

В последние годы одной из активно обсуждаемых в прессе тем, в том числе в отношении Китая, является цифровизация, которая охватила все сферы жизни человека, более того, она стала предметом конкуренции на международной арене. В данной статье мы ставим следующую цель: на основе анализа текстов российских массмедиа, в частности газет и журналов, определить, каким предстает образ цифрового Китая русскоязычным читателям. Для достижения данной цели мы обратились к материалам газет и журналов издательского дома «Коммерсантъ» (далее — Коммерсант): газеты «Коммерсантъ», журнала «Огонек», приложений «Деньги», «Страхование» и т. д., — а также к фонду текстов, размещенных в Национальном корпусе русского языка (далее — НКРЯ). Используя приемы контекстного и интерпретативного анализа, мы рассмотрели особенности освещения темы цифровизации в Китае российскими журналистами. Нами было обнаружено более 300 статей, в которых Китай упоминался в контексте вопроса цифровизации. В результате были выбраны те характеристики страны, которые позволили увидеть образ «цифрового Китая», созданный российскими журналистами для своих читателей.

2. Основные характеристики китайской цифровизации в российских СМИ

Формирование образа цифрового Китая в российских СМИ происходит на фоне представления как глобальных политических, социальных и экономических

тем, так и вопросов, касающихся внутренней жизни России. В текстах проводится мысль о том, что в России существует запрос на активизацию и укрепление взаимодействий с Китаем в сфере цифровизации: *Мы должны в полной мере воспользоваться такими инсайтами, чтобы построить цифровой мост между Россией и Китаем* («Подписание — это как свадебная церемония, главное — повседневная жизнь» СЕ. О Alibaba Group Дэниел Чжан о глобальной экспансии и новом ритейле) [Коммерсант, 2019, №129, с. 10]. Метафора моста, внедренная в текст посредством слова *мост* в значении ‘то, что соединяет что-л., служит связующим звеном между чем-л.’ [СлРЯ, т. 2, с. 302], подчеркивает важность сотрудничества между двумя странами. В связи с этим, видимо, тема цифровых процессов, осуществляющихся в КНР, довольно широко представлена в СМИ.

Если тематически разделить информацию, посвященную цифровизации в Китае, то можно выделить несколько блоков тем, охватывающих процессы в КНР в масштабе внешних мировых процессов, внутренних отношений государства и граждан к рассматриваемому явлению и воплощения цифровой реальности в разных сферах жизни страны. Далее рассмотрим, какой образ Китая создают журналисты в современной российской прессе, и прежде всего — какие вопросы из этой сферы они поднимают в качестве наиболее значимых.

Цифровизация в Китае в аспекте глобальной политики. Китай рассматривается как мировой лидер в сфере цифровизации: *Желание занять свое место на ИТ-рынке Индии на первый взгляд абсолютно логично. Это все же второй по количеству потенциальных клиентов рынок в мире, вслед за Китаем* [Коммерсантъ, 26.07.2020]; *Даже в частных вопросах: например, сейчас мир переживает настоящий бум китайского туризма, китайского влияния на мировую цифровизацию, сильное китайское влияние на научную сферу, и все это несмотря на то, что пока оно фактически только началось* [Деньги. Приложение № 39 от 25.09.2019, с. 10]; *... к слову, у Китая в топ-500 — 216 компьютеров, у США — 116, у Японии — 29, у Франции — 19, у Великобритании — 18, у Германии — 14* [Огонёк, №32, 17.08.2020, с. 17]; *Каждое уважающее себя государство считает своим долгом сформировать национальную программу в области ИИ (искусственный интеллект. — Г. Л.). Бесспорным лидером в этом деле является Китай, на который приходится около 60 процентов мировых инвестиций в исследования и разработки в области ИИ* [Огонёк, №24, 24.06.2019, с. 28].

При этом в ряде публикаций лидерство Китая представляется в сопоставлении или противопоставлении с США по цифровому развитию в разных областях: *По словам Игоря Юргенса, вложения в развитие страховых технологий в Европе в 2018 году составили \$2,2 млрд, а США и Китай — лидеры цифровизации* (Выбор между онлайн и инязом) [Страхование, № 119 от 09.07.2020, с. 4]; *Господин Безукладников говорит, что мировым лидером в данном направлении являются не столько США и страны Западной Европы, сколько Китай. В крупных городах КНР уже реализованы проекты автоматического управления освещением, видеонаблюдения с распознаванием лиц* (Технологии в эту среду) [Коммерсантъ, 25.09.2019]. Такого рода оценки часто сопровождаются упоминанием конкурентной ситуации

в отношении двух стран: *США явно хотят затормозить рост Китая, а не договариваться, особенно в сфере высоких технологий* [Огонёк, №28, 2020, с. 8]. Для описания отношения США к Китаю используется глагол *тормозить* в переносном значении 'перен. Замедлять, задерживать развитие чего-л., быть помехой, препятствием чему-л.' [СлРЯ, т. 1, с. 585]. Таким образом, если в отношении России и Китая используются метафоры с позитивной оценкой, то в отношении США и Китая, соответственно, с негативной.

Цифровизация в Китае в аспекте внутренней государственной политики. В первую очередь, в российских СМИ отмечается поддержка государством процессов цифровизации в стране, подчеркивается слаженная работа властей разных уровней по внедрению новых технологий во все сферы жизни государства: *Здесь снова можно привести в пример Китай, где вся страна, от федеральных властей до сельских администраций, работает как единая команда с целью скорейшего внедрения на дорогах последних разработок, включая основанные на передаче данных в 5G* [Коммерсантъ, 16.09.2020] (сравнение как единая команда выражает явно одобрительную оценку слаженности действий единомышленников).

Общие усилия власти по развитию цифровизации во всех сферах жизни находят выражение в высоком уровне инвестиций в данную сферу: *Для сравнения, в Бразилии эта цифра (инвестиций) в 2002 году составила \$5,2 млрд, в Китае — \$25 млрд* [Коммерсантъ, № 223, 05.12.2003, с. 17]. Заинтересованность государства проявляется и в поддержке властью бизнеса с целью создания рабочих мест. Так, Дэниел Чжан, генеральный директор Alibaba Group, китайской многонациональной технологической компании, сообщает: *Мы видели огромную поддержку со стороны государства, потому что любое государство, не только в Китае, хочет, чтобы малый бизнес в стране развивался. В рамках нашей экосистемы мы создаем много возможностей для развития. В прошлом году благодаря нашей цифровой платформе мы помогли обеспечить 40 млн рабочих мест* [Коммерсантъ, № 129, 24.07.2019, с. 10].

В СМИ указывается на активное использование разными китайскими организациями, как государственными, так и частными, цифровых технологий: *Во время пандемии не только выросла популярность Zoot и других сервисов для видеоконференций и удаленной работы, но и получили распространение специальные инструменты и технологии. Их развивают самые разные организации от банков до судов, причем особенно активно в Китае и Сингапуре ...* [Коммерсантъ, 13.05.2020].

Таким образом, поддержка процессов цифровизации государством способствует интенсивному развитию страны, что получило воплощение в следующей тематической группе текстов, которая объединяет публикации, посвященные цифровизации различных сфер жизни государства и общества.

Цифровизация в Китае в аспекте развития отдельных сфер общественной жизни страны. В текстах СМИ активно продвигается идея об интенсивном развитии китайских городов: *Эксперты выделяют два основных подхода к цифровизации городов: создание новых «умных» городов с нуля либо внедрение интеллектуальных технологий в уже существующих городах. По словам Влада Вольфсона, наиболее*

яркие примеры городов первого типа можно найти в ОАЭ, Китае, Южной Корее [Business Guide «Цифровое будущее», 23.05.2018, с. 10]. При этом интеллектуальные технологии внедряются в сферы:

— промышленности: *Робототехнический центр Сколково сообщает, что в стране продается 600 промышленных роботов в год. Эту цифру назвал глава центра Альберт Ефимов в нынешнем году. Для сравнения: в Китае, по данным International Federation of Robotics (IFR), только за 2014 год было закуплено 57 тыс. таких машин* [Информационные технологии, № 94, 31.05.2016, с. 14].

— дорожного строительства: *В профессиональном дорожном сообществе многие ожидают, что первая значительная по протяженности умная дорога будет построена именно в Китае, поскольку цифровизация дорожной отрасли там находит поддержку на самом высоком уровне ...* [Коммерсантъ, 16.09.2020].

— грузоперевозок: *Китайцы тоже наблюдают за цифровизацией пломб. У них есть свои технологии, но здесь нужно будет договариваться со всеми* [Коммерсантъ, № 164, 11.09.2019, с. 10];

— автомобильной промышленности: *Число электромобилей в Китае быстро приближается к 1 млн. Согласно прогнозам, до конца текущего года в стране будет продано 500 тыс. таких транспортных средств. Сейчас в КНР работают 25 компаний, выпускающих 51 модель электромобилей* [Guide «Экология», 25.09.2017, с. 10];

— энергетики: *Я часто привожу пример с нашими электрозаправками. МРСК Сибири их начала строить, потому что мы видим, что в Европе эта технология хорошо развита, а в Китае — еще более масштабно* [Экономика региона, 29.11.2018, с. 21];

— почтовых отправок: *Китайская логистическая сеть Cainiao («дочка» Alibaba) сегодня приближается к своей долгосрочной цели — обеспечить скорость доставки посылок на всей территории Китая в течение 24 часов и в течение 72 часов по остальному миру. Для этого создаются автоматизированные логистические центры, применяются системы предиктивной аналитики на основе AI и Big Data, которые помогают предсказать спрос в период распродаж и обеспечить необходимое складирование и логистику* [Коммерсантъ, 06.06.2019] (в последние годы цифровизации почты посвящено много публикаций, в том числе в сопоставительном аспекте с российской ситуацией в этой сфере, например: *Таким образом, чтобы достичь уровня Китая (39 посылок), России необходимо увеличить свой показатель в 12 раз* [Business Guide, 25.05.2018, с. 3];

— торговли: *При этом, замечает господин Чистяков, ситуация в России несколько отличается, например, от той, что сложилась в Китае. «Там и до коронавируса из всего пула интернет-пользователей около 75 % совершали покупки онлайн, поэтому в Китае взрывной рост интернет-торговли не был замечен. В России, как показала практика, дела обстоят по-другому», — резюмирует он* [Ъ-Санкт-Петербург-Online от 05.07.2020]; *Расходы российских домохозяйств в цифровой сфере составляют, по оценкам аналитиков, 2,6 % ВВП, что примерно вдвое ниже, чем в США и Китае* [Business Guide, 25.05.2018, с. 3] (подчеркива-

ется значительный рост покупок китайцев в формате онлайн в сопоставительном аспекте с ситуацией в этой сфере в России). При этом отмечается, что активизация интернет-торговли повлекла за собой некоторые проблемы, например, потерю рабочих мест в сельских магазинах: *Дело в том, что в Китае с расцветом интернет-торговли снизился спрос в сельских торговых точках, что создало угрозу потери рабочих мест. При этом в стране 700 тыс. малых населенных пунктов и в сельской местности проживают около 600 млн человек* [Там же]. В то же время проблема решается путем создания онлайн-платформ, с которыми сельские магазины могут сотрудничать: *Платформа дала фермерам доступ к рынку сбыта и расширила ассортимент доступной для потребителей продукции. В результате в магазинах, сотрудничающих с Ule, продажи значительно выросли. Сегодня Ule объединяет более 330 тыс. магазинов. Цель сервиса в ближайшей перспективе — охватить 1 млн магазинов во всех регионах страны* [Там же] (таким образом, проблемы, возникающие в процессе цифровизации эффективно решаются);

— охраны труда: *Также перспективны разработки в области охраны труда и заботы о персонале. Это системы мониторинга состояния работников на опасных объектах. В частности, носимые устройства могут наблюдать за показателями жизнедеятельности: снимать пульс, давление, следить за дыханием. В Китае, например, в защитные каски встраивают камеры, которые распознают эмоции и следят за состоянием человека* [Стиль Санкт-Петербург, 23.05.2018, с. 6].

— образования: *В Китае популярна платформа 17ziюе, через которую ученики получают домашние задания и комментарии об их выполнении. В целом платформа заточена на персонализацию образования, так как в зависимости от успеваемости позволяет регулировать сложность заданий. Родители же получают отчеты о том, что у ребенка получается, а что — нет* [Коммерсант, 05.06.2019];

— культуры: *А цифровизация всей страны даже помогла. В КНР сейчас выходят 427 неофициальных поэтических журналов-еженедельников. Ежегодно выходят свыше 2000 авторских сборников стихов: поэты Китая издают и распространяют их сами* [НКРЯ];

— экологии: *Сначала и развитые, и крупные развивающиеся державы, например Китай, взялись за стимулирование зеленой энергетики* [Коммерсант, № 219, 24.11.2017, с. 13].

Проникновение процессов цифровизации в разные сферы жизни страны оценивается положительно, поскольку позволяет *выдержать эту возросшую конкуренцию тому же Китаю* [Коммерсант, № 214, 21.11.2019, с. 1].

3. Отношения Китая и России в сфере цифровизации

Образ Китая, как и любого другого государства, в российских СМИ формируется в том числе в контексте его взаимоотношений с другими странами и регионами мира: США, Европой, странами Азии. Большая часть публикаций, конечно, посвящена связям КНР и России.

Отношения стран в сфере цифровизации рассматриваются в российских СМИ в нескольких плоскостях, и прежде всего в аспекте установления отношений парт-

нерства, в которых страны оказывают друг другу помощь: *Благодаря применению таких цифровых технологий, как 5G, FN5G, ИИ и облако, в Китае, ОАЭ и Южной Корее разработано более 270 отраслевых приложений. Следует отметить высокотехнологичные решения, такие как умный город, умный аэропорт, умное здравоохранение и умный порт, значительно повышающие производительность отраслевых предприятий. Huawei готов представить эти передовые отраслевые решения в России с учетом требований российских компаний* [Коммерсант, 01.10.2020]; *В ноябре член комитета Совета Федерации по обороне и безопасности Ольга Ковитиди заявила, что сотрудничество Китая и России в области ракетного двигателестроения будет взаимовыгодным, поскольку последнюю «интересует микрорадиоэлектроника космического назначения»* [НКРЯ].

Сотрудничество осуществляется как на уровне политических и экономических договоренностей двух государств, так и на уровне отдельных технологических компаний, которые осуществляют взаимодействие, например, в сфере подготовки специалистов: *Наша задача — обучать и развивать технических специалистов компаний-заказчиков, а также наращивать число партнеров в регионах. Сейчас их у Huawei EBG в России более 500; более 800 специалистов получили сертификаты Huawei уровня Professional. Эти люди очень важны для нас, и мы стараемся их развивать и поддерживать. <...> Все это справедливо как для федерального, так и для регионального уровня: в настоящее время Huawei — один из немногих мировых производителей IT-оборудования, который активно идет в российские регионы* [Коммерсант, 26.11.2018].

Партнерские отношения Китая и России заявляются во многих сферах, например: разработки и производства высокотехнологичного оборудования: *Россия и Китай наращивают сотрудничество на рынке высокотехнологичного оборудования и в последние годы значительно увеличили количество совместных проектов в сфере безопасного использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)* [Коммерсант, 23.07.2019]; образования: *Кроме того, мы развиваем сотрудничество с Huawei, и в первую очередь в образовательной сфере* [Там же] (отметим, что название компании Huawei, так же как и Alibaba, часто упоминается в российских СМИ) и др.

В ряде публикаций отмечается, что уровень развития цифровизации в Китае выше, чем в России; можно сказать, что по ряду параметров внедрения технологий в различные сферы жизни Китая является примером, в частности, в сфере почтовых услуг, которые в России только начали переходить на «цифру»: *В России уже сделаны первые шаги в сфере цифровизации индустрии почтовых услуг: работает мобильное приложение, строятся автоматизированные сортировочные центры. Особого внимания заслуживает соглашение с Cainiao, которое должно помочь в реализации потенциала страны как транспортного коридора между Китаем и европейскими потребителями* [Коммерсант, 06.06.2019]; в достижении рентабельности производства: *О китайском проекте «Ситроникса» рассказал вчера президент АФК «Система» Александр Гончарук. По его словам, в Китае под собственным брэндом «Ситроникс» будет выпускать, в частности, спутниковые на-*

вигаторы, приставки для приема цифрового ТВ, оборудование для сотовых сетей стандарта CDMA. Глава «Системы» отметил, что производство в Китае было решено организовать, поскольку производство такой продукции в России нерентабельно [Коммерсант, № 182, 05.10.2007, с. 19]; в цифровизации экономики: Россия в плане цифровизации экономики — на позиции догоняющих. Например, на Китай приходится 60 % мировых майнинг-мощностей [Коммерсантъ FM, 11.08.2017]; в разработке искусственного интеллекта: Планируется, что к 2025 году годовые инвестиции в ИИ (искусственный интеллект. — Г. Л.) в Китае достигнут 60 млрд долларов в фундаментальной части и 745 млрд долларов в смежных отраслях [Огонёк, № 24, 24.06.2019, с. 28]; в подготовке IT-специалистов: «Россия уже сейчас серьезно отстает от лидеров рынка (США, Великобритания и Китай) по количеству IT-специалистов — их вдвое меньше ...», — поясняет эксперт [Цифровая экономика, № 208, 13.11.2019, с. 18] и др.

Таким образом, вопросы взаимоотношений России и Китая в сфере цифровизации освещаются в российских СМИ преимущественно в позитивном ключе; даже в тех случаях, когда говорится о некотором отставании России, только констатируется факт или прослеживается интонация сожаления. Положительные оценки реализуются не только на уровне общего смысла текста, но и на уровне слов и выражений с общим значением сотрудничества, которыми излагается информация, например, *цифровой мост, сотрудничество, партнерство, соглашение, общие подходы, совместный, готов предоставить, предложить, поддержать* и др.; при этом используется и лексика конкуренции: *обогнать, конкурировать, проигрывать, побеждать* и др.

4. Заключение

Воздействующий характер медийного дискурса сегодня трудно переоценить, поэтому для китайского исследователя, желающего составить представление о репрезентации образа его родной страны в иностранных СМИ, важно рассмотреть как тематические, так и языковые аспекты создания данного образа. В настоящей статье по материалам ряда российских изданий мы реконструировали образ «цифрового» Китая, созданный российскими средствами массовой информации. Отметим, что собственно цифровизация оценивается преимущественно позитивно, о чем свидетельствуют, в частности, выражения с прилагательным *умный*, в основе которых лежит олицетворение: *умный город, умная дорога, умное образование, умный порт, умная машина* и др.

Моделирование образа цифрового Китая на основе изученных текстов позволяет заключить, что образ этой страны, созданный российскими журналистами, включает несколько компонентов:

- 1) ориентированность на развитие цифровизации;
- 2) вовлеченность в процесс всех сфера: экономики, образования, культуры, безопасности и др.;
- 3) единство власти и бизнеса в планомерном продвижении и интенсификации процессов цифровизации, в принятии мер поддержки, а именно инвестировании в эту сферу;

4) поддержка населения: люди согласны с политикой, нацеленной на развитие технологий, с пониманием относятся к цифровому контролю, участвуют в деловых и личных интернет-контактах, например, в области торговли, активно совершая покупки с использованием интернет-сервисов;

5) высокая развитость цифровых технологий в стране, следствием чего стали лидирующие позиции Китая в мире в данной сфере.

Изучение вопроса о том, каким изображен Китай в текстах российских СМИ, видится актуальным и перспективным, поскольку, во-первых, ситуация в современном мире постоянно меняется и те оценки, которые были актуальны 5—10 лет назад, могут устареть; во-вторых, внутренней жизни КНР и ее отношениям с другими государствами посвящено много публикаций в российских массмедиа, следовательно, имеется богатый материал для исследования.

Источники и принятые сокращения

1. Коммерсант — *Издательский дом «Коммерсантъ»*. — Режим доступа : <https://www.kommersant.ru/>. (дата обращения 12.08.2020).

2. НКРЯ — *Национальный корпус русского языка* — Режим доступа : <https://ruscorpora.ru/new/search-main.html>. (дата обращения 10.08.2020).

3. СЛРЯ — *Словарь русского языка*: в 4-х т. / под ред. А. П. Евгеньевой. — Москва : Русский язык ; Полиграфресурсы, 1999.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ван Сюй*. Народ и культура Китая в российской прессе / Ван Сюй // Ученые записки Байкальского государственного гуманитарно-педагогического университета имени Н. Г. Чернышевского. Серия : Филология, история, востоковедение — 2012. — № 2. — С. 23—27.

2. *Го Лицзюнь*. Лексическая репрезентация образа Китая в российском публицистическом дискурсе / Го Лицзюнь // Научный диалог. — 2019. — № 3. — С. 38—53. — DOI: 10.24224/2227-1295-2019-3-38-53.

3. *Кирсанова А. М.* Образ Китая в российских специализированных Интернет-СМИ / А. М. Кирсанова // Архонт. — 2019. — № 3 (12). — С. 55—61.

4. *Медведева Н. Г.* Образ Китая в русской поэтической традиции (Н. Гумилев, О. Седакова, И. Бродский) / Н. Г. Медведева // Вестник Удмурдского университета. История и филология. — 2008. — Вып. 1. — С. 53—72.

5. *Осетрова Е. В.* Китай в медиакартине мира / Е. В. Осетрова, Чэнь, Кэюй // Сибирский филологический форум. — 2018. — № 3 (3). — С. 20—30.

6. *Прокошенкова Л. П.* Дискурсивный анализ и его роль в современной лингвистике / Л. П. Прокошенкова, И. Б. Гецкина // Вестник Чувашского университета. — 2006. — № 4. — С. 451—456.

7. *Сорокина О. Н.* Языковая реализация образа Китая в СМИ США : информационная модель «Экономический рост Китая» / О. Н. Сорокина // Вестник Томского государственного университета. — 2010. — № 341. — С. 24—29.

8. *Тяньтянь Чжао* Национальный имидж КНР в России на современном этапе / Тяньтянь Чжао // Южно-российский журнал социальных наук. — 2019. — № 2. — С. 60—69.

9. *Фу Лин*. Имидж Китая в России : формирование образа страны в контексте инициативы «Один пояс и один путь» / Фу Лин, Ма Ися, Ху Фань // Научный диалог. — 2018. — № 6. — С. 198—208. — DOI: 10.24224/2227-1295-2018-6-198-208.

10. Цзинцзин Цзинь. Историко-символическое представление Китая в русской культуре на материале печатных СМИ / Цзинцзин Цзинь // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. — 2016. — № 181. — С. 45—49.

THE IMAGE OF DIGITAL CHINA IN THE RUSSIAN MEDIA¹

© Guo Lijun (2020), orcid.org/0000-0002-9711-4180, Doctor of Philology, associate professor, Department of Russian Language, Sun Yat-sen University (Guangzhou, China), guolj5@mail.sysu.edu.cn.

The texts published in the Russian mass media on the digitalization processes in China are analysed in the article. The relevance of the study is due to the attention of the Chinese government to the implementation of international cooperation with various countries, including Russia. It is noted that the “Chinese theme” is one of the most relevant in Russian publications. Attention is paid to one of the most popular and dynamically developing areas — digitalization. The author proceeds from the assumption that the media not only reflect news information, but also in a certain way form ideas about a particular object being described. The author notes that significant attention is paid to the development of digitalization in the PRC in Russian newspapers and magazines. It is shown that in the publications of the Russian media, China is represented by one of the world leaders in digitalization, which is supported by the state and its citizens. The contexts, indicating that digitalization is penetrating into different spheres of the country’s life: education, industry, trade, etc., are given. The author comes to the conclusion that an exclusively positive image of digital China is being constructed in the Russian media.

Key words: image of China; Russian media; digitalization.

MATERIAL RESOURCES

- Evgenyeva, A. P. (ed.) (1999). *Slovar’ russkogo yazyka: v 4-kh t.* [Dictionary of the Russian language: in 4 vols.]. Moskva: Russkiy yazyk; Poligrafresursy. (In Russ.).
- Kommersant — *Izdatelskiy dom «Kommersant»* [Kommersant publishing house]. Available at: <https://www.kommersant.ru/>. (accessed 12.08.2020). (In Russ.).
- NKRYa — *Natsionalnyy korpus russkogo yazyka* [National corpus of the Russian language]. Available at: <https://ruscorp.ru/new/search-main.html>. (accessed 10.08.2020). (In Russ.).

REFERENCES

- Fu Ling, Ma Yixia, Hu Fan. (2018). Imidzh Kitaya v Rossii: formirovaniye obraza strany v kontekste initsiativy «Odin po yas i odin put’» [Image of China in Russia: Country Image Forming in Context of “One Belt, One Road” Initiative]. *Nauchnyi dialog* [Scientific dialogue], 6: 198—208. DOI: 10.24224/2227-1295-2018-6-198-208. (In Russ.).
- Guo Lijun. (2019). Leksicheskaya reprezentatsiya obraza Kitaya v rossiyskom publitsisticheskom diskurse [Lexical Representation of Image of China in Russian Publicistic Discourse]. *Nauchnyi dialog* [Scientific dialogue], 3: 38—53. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-3-38-53. (In Russ.).
- Kirsanova, A. M. (2019). Obraz Kitaya v rossiyskikh spetsializirovannykh Internet-SMI [The Image of China in the Russian Internet media]. *Arkhone* [Archon], 3 (12): 55—61. (In Russ.).

¹ The article is an interim result of the project of the Chinese National Social Science Foundation “Discourse analysis of news texts about China in the Russian media (based on the corpus approach)” (Grant No. 16CYY065) and was prepared with the support of the Fundamental Research Foundation of the Research Institute “One Belt One Road” Sun Yat-sen University.

- Medvedeva, N. G. (2008). *Obraz Kitaya v russkoy poeticheskoy traditsii* (N. Gumilev, O. Sedakova, I. Brodskiy) [The Image of China in the Russian poetic tradition (N. Gumilev, O. Sedakova, I. Brodskiy)]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Istoriya i filologiya* [Bulletin of the Udmurt University. History and Philology], 1: 53—72. (In Russ.).
- Osetrova, E. V., Chen Keyu. (2018). *Kitay v mediakartine mira* [China in the media picture of the world]. *Sibirskiy filologicheskij forum* [Siberian philological forum], 3 (3): 20—30. (In Russ.).
- Prokoshenkova, L. P., Getskina, I. B. (2006). *Diskursivnyy analiz i yego rol' v sovremennoy lingvistike* [Discursive analysis and its role in modern linguistics]. *Vestnik Chuvashskogo universiteta* [Bulletin of the Chuvash University], 4: 451—456. (In Russ.).
- Sorokina, O. N. (2010). *Yazykovaya realizatsiya obraza Kitaya v SMI SShA : informatsionnaya model' «Ekonomicheskij rost Kitaya»* [Language implementation of the image of China in the US media : information model “Economic growth of China”]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Tomsk state University], 341: 24—29. (In Russ.).
- Jin Jingjing. (2016). *Istoriko-simvolicheskoye predstavleniye Kitaya v russkoy kulture na materiale pechatnykh SMI* [Historical and symbolic representation of China in Russian culture on the material of print media]. *Izvestiya RGPU im. A. I. Gertsena* [Izvestiya RSPU named after A. I. Herzen], 181: 45—49. (In Russ.).
- Zhao Tiantian. (2019). *Natsionalnyy imidzh KNR v Rossii na sovremennom etape* [National image of the people's Republic of China in Russia at the present stage]. *Yuzhno-rossiyskiy zhurnal sotsialnykh nauk* [South Russian journal of social Sciences], 2: 60—69. (In Russ.).
- Wang Xu. (2012). *Narod i kultura Kitaya v rossiyskoy presse* [People and culture of China in the Russian press]. *Uchenyye zapiski Zabaykalskogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta imeni N. G. Chernyshevskogo. Seriya: Filologiya, istoriya, vostokovedeniye* [Scientific notes of the TRANS-Baikal state humanitarian and pedagogical University named after N. G. Chernyshevsky. Series: Philology, history, Oriental studies], 2: 23—27. (In Russ.).