
АКТУАЛЬНАЯ ГЕОПОЛИТИКА

Курсанова А.М.
магистрант факультета русской филологии и иностранных языков,
ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет»,
kirsanova.anna.m@gmail.com

ОБРАЗ КИТАЯ В РОССИЙСКИХ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

***Аннотация:** В статье анализируется образ Китая, формируемый в последние годы современными российскими Интернет-СМИ. Источниковой базой настоящего исследования выступают публикации и материалы таких специализированных изданий, посвященных КНР, как «Магазета», «ЭКД!» и «ChinaPRO».*

***Ключевые слова:** образ Китая, российские СМИ, Интернет-издания, информационная политика, международные отношения.*

На протяжении нескольких последних лет взаимоотношения России и Китая становятся всё более крепкими и дружественно настроенными, затрагивая не только широко освещаемые и обсуждаемые в СМИ политические и экономические сферы, но и те культурно-бытовые темы, которые также чрезвычайно важны для лучшего понимания особенностей жизни страны-партнера. Без знакомства с ними российским гражданам, вероятно, будет сложно оценить, например, особый колорит Китая, заложенный в его культурных или даже спортивных традициях.

Если говорить о стратегически важных аспектах взаимодействия двух стран в мировом масштабе, то стоит отметить, что Россия и Китай не только совместно являются членами таких международных организаций, как Шанхайская организация сотрудничества (ШОС) и БРИКС, но и поддерживают друг друга в неоднозначной и напряженной ситуации с США и Европейским Союзом. Более того министр иностранных дел Российской Федерации Сергей Лавров во время официального визита в Кыргызстан 4 февраля 2019 г. высказал свое мнение о том, что «в настоящее время отношения России и Китая лучше, чем за любой исторический период»¹.

Что касается внеполитических связей, затрагивающих культурно-бытовой, спортивный, национальный и иной опыт обеих стран, то они так же находятся не только на достаточно высоком уровне, но и постепенно развиваются, о чем свидетельствуют многочисленные материалы СМИ. Несмотря на это, как нам представляется, сегодня в публикациях, посвященных Китаю, превалирует информация политической, экономической, военной и другой схожей направленности. Подобный характер, а главное, количество таких сообщений в СМИ, безусловно, продиктовано непростой ситуацией в мировом политическом сообществе. При этом стоит отметить, что в нашей стране существует большой спектр средств массовой информации, делающих акцент на совершенно разных темах, начиная уже упомянутой нами политикой и заканчивая досугом. Примерным образом обстоит ситуация и с материалами «китайской направленности»: одни СМИ пишут преимущественно об экономическом аспекте сотрудничества КНР с Россией, другие же, наоборот, избегают подобных тем и выстраивают интересы издания вокруг искусства и развлечений.

В рамках нашей статьи мы рассмотрим и проанализируем образ Китая, формируемый в российских специализированных Интернет-СМИ. Данный вид СМИ нами был выбран не случайно, так как Интернет является постоянно развивающейся, интерактивной и

¹ С. Лавров: В настоящее время отношения России и Китая лучше, чем за любой исторический период// Информационное агентство «Синьхуа Новости». URL: http://russian.news.cn/2019-02/05/c_137799336.htm (дата обращения: 02.03.2019).

оперативной площадкой, которая не только помогает непрерывно следить за событиями, происходящими в мире, но и дает возможность расширять кругозор, работать, отдыхать, общаться, а в нашем случае – беспрепятственно знакомиться с особенностями конкретной страны, не выходя из дома или офиса.

В ходе подбора источников, к сожалению, выяснилось, что в настоящий момент в Рунете существует довольно мало отечественных специализированных зарегистрированных Интернет-СМИ о Китае, реализующих свою деятельность исключительно под руководством русских компаний или редакторов.

В качестве Интернет-СМИ, выбранных нами для проведения настоящего исследования, выступают: интернет-издание о современном Китае «Магазета», ежедневное интернет-издание «ЭКД!» и деловой журнал про Китай «ChinaPRO». Рассказывая о каждом из названных Интернет-СМИ, мы не только указываем их специфические черты и сравниваем характер публикаций, но и, согласно цели исследования, анализируем, каким предстает Китай в размещаемых на данных сайтах материалах.

Первым рассматриваемым ресурсом в нашей работе выступает «Магазета» – интернет-издание о современном Китае, которое на протяжении почти 15 лет рассказывает о социальной, экономической и культурной жизни страны. Как говорят сами создатели портала, они «пишут о том Китае, который за последние десятилетия превратился из “фабрики мира” в “центр мировых инноваций”»¹. Более того, редакция и авторы издания стараются не только изучить и в онлайн формате «задокументировать» разнообразные события и факты, связанные со спецификой Китая, но и анализируют их «с точки зрения стороннего наблюдателя, вооруженного знаниями и инструментами академического востоковеда». Важно и то, что под началом «Магазеты» существуют несколько проектов, например, информационный ресурс о Шанхае «Русский Шанхай», форум для русскоговорящих жителей КНР «Восточное полушарие», подкаст о Китае «Laowaicast» и др. Стоит также сказать, что портал «Магазета» имеет ряд наград, а на ее публикации ссылаются такие российские и китайские издания, как, например, «Синьхуа Новости», «Коммерсантъ», РИА «Новости» и «Regnum». Наконец, издание непрерывно приглашает к сотрудничеству авторов, специализирующихся на «китайской» тематике и готовых делиться своими материалами, мыслями и наблюдениями.

Необходимо отметить, что ресурс «Магазета» имеет аккаунты в таких социальных сетях как «ВКонтакте», Facebook, Twitter, Instagram, а также канал на YouTube. В результате просмотра страниц в Facebook и Twitter мы пришли к выводу, что редакция издания использует их лишь для репостов с сайта, в то время как на площадках «ВКонтакте» и Instagram помимо этого ведется активный диалог с подписчиками, проводятся конкурсы, публикуются дополнительные материалы. Что касается контента, размещаемого на YouTube, то он, конечно, отличается от материалов на вышеназванных платформах в связи со спецификой сайта и содержит видео разных направленностей, от прогулок по Китаю до разбора сленговых китайских слов.

Для того чтобы перейти к анализу публикаций, находящихся непосредственно на сайте «Магазеты», необходимо обозначить разделы сайта:

1. «Китайский язык» – включает в себя статьи и заметки, в которых объясняются устойчивые и идиоматические выражения, ударения и особенности произношения, а также указываются учебные пособия, способные помочь в изучении языка;
2. «Китай» – содержит материалы, посвященные абсолютно разным темам, начиная с инструкции о том, как оформить рабочую визу в Китай, и заканчивая фактами о китайской пластической хирургии;
3. «Hi-Tech» – при помощи подробных статей помогает сориентироваться в информационных технологиях, гаджетах и сети Интернет в КНР;

¹ Интернет-издание «Магазета». URL: <https://magazeta.com> (дата обращения: 03.03.2019).

4. «Культура» – самый большой раздел сайта, позволяющий познакомиться с разными проявлениями китайской культуры, национальными обычаями, особенностями кухни и т.д.;

5. «История» – рассказывает не только о значимых для страны исторических фактах в традиционном их понимании, то есть о династиях, завоеваниях и т.п., но и уделяет внимание куда менее значимым, но все же интересным историям, например, о домах и универсамах Китая;

6. «Бизнес» – содержит публикации как на тему глобальных вопросов, посвященных внешнему политическо-экономическому положению страны, так и рассказывающие о разнообразных компаниях, выставках, ведении бизнеса;

7. «События» – данный раздел отличается от предыдущих своей структурой, напоминающей афишу или программу предстоящих и прошедших мероприятий в России и Китае;

8. «Работа» – так же представлен в технически иной форме, нежели другие разделы сайта, и предлагает ознакомиться с вакансиями, подразумевающими удаленную работу и лишь знание китайского языка, либо непосредственно с проживанием в Китае;

9. «Образование» – в данном разделе публикуются статьи об учебных заведениях страны, советы по поводу поступления, лонгриды о системе образования в целом и многое другое.

Не забывая о главной цели исследования, а именно об анализе образа Китая, мы рассмотрели некоторые статьи и заметки из разных разделов сайта, а также посты в социальных сетях. Интересно то, что при наличии большого количества материалов, опубликованных «Магазетой», отсутствуют какие-либо оценочные суждения, но при этом, на наш взгляд, выстраивается положительное восприятие Китая как страны с богатыми культурными и духовными традициями и обычаями, увлекательной и прогрессивной современной жизнью, возможностями и шансами для людей со всего мира. Вероятнее всего, такое впечатление создается благодаря тому, что само издание было создано командой, искренне любящей Китай, а статьи и заметки пишут авторы, связавшие с ним свою жизнь и интересы.

Следующим специализированным Интернет-СМИ, рассматриваемым нами в рамках исследования, является издание «ЭКД!». Начиная с 2012 г. проект существовал как одно из самых популярных сообществ о Китае в социальной сети «ВКонтакте», однако позднее, осознавая успех и востребованность «ЭКД!», его руководители приняли решение о создании отдельного Интернет-портала. На сегодняшний день «ЭКД!» – «ежедневное интернет-издание, своевременно, доступно и профессионально освещающее новости из Китая». Согласно информации в официальной группе издания в социальной сети «ВКонтакте», на публикации «ЭКД!» «ссылаются крупнейшие федеральные СМИ, такие как “Российская газета”, “Лента.ру”, “Вести.ру” и многие другие»¹, что позволяет говорить об авторитетности и масштабности ресурса.

Как и другие интернет-издания, «ЭКД!», помимо группы в социальной сети «ВКонтакте» как стартовой площадки, так же имеет страницы в Facebook, Twitter, Instagram, «Одноклассниках» и канал на YouTube. Как и рассмотренная нами выше «Магазета», «ЭКД!» разными способами выстраивает свою деятельность в рамках названных платформ. Facebook и Twitter используются лишь для репостов статей с сайта, на YouTube-канале размещено всего семь видеороликов с промежутками в несколько лет, аккаунт в «Одноклассниках» не обновляется с ноября прошлого года. В то же время активность страниц во «ВКонтакте» и Instagram намного более разнообразна. Если просматривать посты издания во «ВКонтакте», то можно увидеть, что публикуемый контент довольно разнообразен, поскольку содержит не только репосты с портала «ЭКД!», но также дайджест статей за неделю и ссылки на них, тематические подборки фотографий и плейлисты, цитаты

¹ Интернет-издание «ЭКД!»/ URL:: <https://ekd.me/> (дата обращения: 05.03.2019).

выдающихся китайских деятелей, тесты и видеоролики. Что касается Instagram, то при ведении аккаунта в данной социальной сети редакция «ЭКД!» придерживается выработанной схемы, по которой раз в день выкладывается пост с фотографией, предложенной одним из подписчиков. Как правило, в описании к посту говорится о самой фотографии, задается какой-либо взаимосвязанный с ней вопрос, а также размещается «призыв» публиковать фотографии. Каждое воскресенье выбирается лучшее фото, автора которого и, соответственно, его профиль в Instagram, по выражению «ЭКД!», «пиарят в официальном сообществе “ВКонтакте” с более 90 тыс. подписчиков»¹. Важно то, что именно в данной социальной сети ведется активное взаимодействие с аудиторией, так как представители «ЭКД!» отвечают на большинство комментариев.

Несмотря на то, что портал публикует преимущественно новостные материалы, на его страницах также можно найти авторские статьи на различные темы. В связи с этим необходимо рассказать о рубриках сайта.

1. «Новости» – содержит наиболее актуальные новости на разнообразные темы, связанные с Китаем, начиная строительством железнодорожного моста через Амур и заканчивая открытием завода по переработке дождевых червей;

2. «Истории» – включает в себя статьи разного характера, затрагивающие образ жизни китайцев, их историю, культуру и быт, технологии и рекламу и многое другое;

3. «Это Китай, детка!» – в отличие от первой рубрики здесь публикуются новости исключительно о Китае, так же освещая, пожалуй, абсолютно все сферы жизни;

4. «Блог редакции» – по словам редакции «ЭКД!», данная рубрика создана для того, чтобы публиковать «новости проекта, а также авторские заметки от редакторов на всевозможные темы, чаще всего связанные с Китаем». Стоит отметить, что рубрика содержит лишь несколько статей и не обновляется с 2017 г.;

5. «UCHINA: Бизнес с Китаем» – специализированная рубрика, освещающая деятельность проекта «ЭКД!» совместно с консалтинговой компанией «UCHINA». Благодаря материалам, размещаемым в рубрике, можно понять, как создается и поддерживается бизнес в Китае и какие ошибки чаще всего совершают предприниматели, а также прочитать реальные истории и советы.

Как и при анализе публикаций «Магазеты», на сайте интернет-издания «ЭКД!» нами были рассмотрены статьи различного характера из каждой рубрики. Прежде всего, необходимо сказать, что большая часть материалов – это переведенные на русский язык статьи, взятые с тех или иных китайских ресурсов. Важно и то, что перевод является скорее вольным, нежели дословным, и больше напоминает рерайт материалов. Несмотря на то, что подобный подход предоставляет авторам возможность давать статьям какую-либо личную оценку, подобного, по нашим наблюдениям, не происходит. Если говорить именно об авторских статьях, размещенных на «ЭКД!», то в них можно отметить некоторую окраску, но, скорее, объективную в рамках описываемой ситуации. Например, в статье Константина Щепина «Голодовка по расписанию: почему в правительстве КНР не едят 16 октября» есть такие предложения как «не последней среди угроз продовольственной безопасности Китая является недобросовестная практика, распространенная среди производителей продуктов питания» или «очевидно, что проблем в китайском пищевом секторе не счесть, а на их решение уйдут долгие годы»². При этом автор исходит из реальных фактов, а значит, не преувеличивает действительность и может использовать слова и словосочетания наподобие «недобросовестная» и «проблем не счесть».

¹ Официальный аккаунт интернет-издания «ЭКД!» в «ВКонтакте». URL: Режим доступа: <https://vk.com/ekdme> (дата обращения: 05.03.2019).

² Голодовка по расписанию: почему в правительстве КНР не едят 16 октября // Интернет-издание «ЭКД!». URL: <https://ekd.me/2018/10/golodovka-po-raspisaniyu-pochemu-v-pravitelstve-kr-ne-edyat-16-oktyabrya/> (дата обращения: 07.03.2019).

Наконец, если говорить об образе Китая, формируемом в интернет-издании «ЭКД!», необходимо отметить, что в целом страна предстает богатой на события разного характера, как негативного, так и позитивного. Подобное положение вещей, на наш взгляд, позволяет российским читателям не только лучше узнавать Китай с разных сторон, но и отождествлять его с Россией, находя множество точек соприкосновения.

В качестве последнего рассматриваемого нами специализированного интернет-издания выступает «ChinaPRO» – деловой онлайн-журнал, освещающий бизнес-деятельность российских компаний в Китае, а также вопросы экономики и сотрудничества двух стран. Журнал существует уже около 15 лет и предоставляет для своих читателей информацию в трех форматах, – текстовом, визуальном и аудиальном, – что, по нашему мнению, учитывает предпочтения разных целевых групп и расширяет аудиторию. Стоит сказать, что создателем и первым редактором журнала является известный российский бизнесмен, автор и ведущий программ о Китае, проживший в стране около 20 лет, Евгений Колесов.

«ChinaPRO» отличается от изданий «Магазета» и «ЭКД!» с технической точки зрения, имея несколько перегруженную структуру сайта и минималистичный дизайн. Вероятно, это связано с тематикой журнала, подразумевающей, что читатели сосредоточены на бизнесе и деловых отношениях, а значит, не захотят, чтобы какие-либо необычные дизайнерские решения или цветовая гамма отвлекали их от знакомства с публикациями.

Что касается аккаунтов журнала в социальных сетях, нами была найдена только ссылка на страницу в Twitter, не обновляемую с апреля 2018 г., а также неактивный уже несколько лет YouTube-канал с довольно большим количеством видеороликов различной направленности. При этом журнал имеет отдельный ресурс под названием «ChinaPRO TV», где редакция выкладывает разнообразные видеоматериалы в таких рубриках как «Официально», «Бизнес», «Экспертиза», «Мнение», «Общество», «Путешествия», «Герой», «Культура» и «События». К сожалению, нам не удалось установить, с какой регулярностью обновляется сайт и не оставлен ли он без внимания руководства журнала, как Twitter и YouTube-канал. Несмотря на это, все же можно говорить о популярности этого портала, опираясь на количество просмотров каждого видео: меньше 100 тысяч ни одно из них не набирает, некоторые и вовсе насчитывают более 600 тысяч просмотров.

Возвращаясь непосредственно к журналу, необходимо сказать о его рубриках. В отличие от рассмотренных выше интернет-изданий «ChinaPRO» включает в себя 27 рубрик («Новости дня», «Компании», «Интервью», «Города Китая», «Инфографика» и т.д.), что довольно много и для интернет-издания в целом, и для делового журнала в частности. Тем не менее, благодаря столь обширной рубрикации, а значит, и большому количеству разнообразных тем, «ChinaPRO» может быть привлекателен не только для читателей, интересующихся бизнесом и экономическими отношениями Китая и России, но и для тех, кто хочет ближе познакомиться со страной, прочитать последние новости из разных сфер жизни. При этом, конечно, необходимо отметить, что почти все рубрики, кроме новостной, обновляются не часто.

Если подходить к цели нашего исследования и говорить об образе Китая, который может формироваться в сознании читателей журнала «ChinaPRO», то стоит отметить нейтральный характер публикаций, что, на наш взгляд, объясняется тематикой издания: новости или бизнес-аналитика не подразумевают эмоциональной или стилистической окраски статей и заметок. Более того, благодаря нацеленности издания на экономическую сторону жизни Китая, о нем складывается впечатление как о стране-партнере с серьезным деловым подходом и возможностями. Исключение составляют лишь авторские статьи, где стиль каждого отдельного автора порой отличают субъективные высказывания. Например, в статье «Китайская мудрость не велит кричать о коррупции» независимый журналист Даниил Сергеев пишет так: «Самое интересное, что в этом гуле довольно часто слышится слово

«Китай». Мол, там с этим делом жестко – взял на лапу, к стенке»¹. В качестве еще одного примера можно привести статью другого независимого журналиста Федора Кикты «Антикризисная медитация», где автор, делая вывод, говорит следующее: «Фактически гигантская корпорация под названием Шаолинь, монопольно эксплуатирующая славу древнего монастыря по законам бизнеса, превратилась в уникальный антикризисный проект. Да не оскудеет рука дающего... на созерцание и медитацию»². Таким образом, читатели журнала, ознакомившиеся с материалами, которые содержат подобную субъективную окраску, могут сформировать для себя негативный образ Китая.

В заключение следует отметить, что публикации рассмотренных нами изданий о КНР носят преимущественно нейтральный, а в некоторых случаях положительный характер и направлены в основном на ту целевую аудиторию, которая интересуется Китаем в связи с жизнью, работой или интересами. По нашему мнению, подобный подход редакций является наиболее правильным, поскольку позволяет читателям самостоятельно делать выводы и вырабатывать свое собственное отношение к КНР. Более того такая информационная политика служит привлечению читателей из потенциальной аудитории, которых может заинтересовать именно такая подача Китая – не только как политического партнера, но и как страны с множеством историй и открытий разного характера, от культурного до цифрового.

Конечно, при этом нельзя не брать во внимание авторские статьи, для которых находится место на страницах каждого издания. Субъективная оценка авторов, а также зачастую их стиль изложения мыслей и в некоторых случаях использование стилистически окрашенных слов и выражений могут иметь негативные последствия, то есть формировать отрицательный образ Китая. Подобные проявления порой могут даже расходиться с тем имиджем страны, который позиционирует само издание.

В целом же, на наш взгляд, те немногочисленные российские Интернет-СМИ, посвященные Китаю во всех его проявлениях, не только находятся на достойном уровне как с содержательной, так и с технической точки зрения, но и могут развиваться дальше, становясь еще более популярными и привлекая новых читателей, тем самым создавая положительный образ Китая и давая возможность познакомиться с самыми разными сферами его жизни.

Литература:

1. Антикризисная медитация// Деловой журнал про Китай ChinaPR. URL: <http://www.chinapro.ru/blogs/17/2856/> (дата обращения: 10.03.2019).
2. Голодовка по расписанию: почему в правительстве КНР не едят 16 октября // Интернет-издание «ЭКД!». URL: <https://ekd.me/2018/10/golodovka-po-raspisaniyu-pochemu-v-pravitelstve-knr-ne-edyat-16-oktyabrya/> (дата обращения: 07.03.2019).
3. Интернет-издание «Магазета». URL: <https://magazeta.com> (дата обращения: 03.03.2019).
4. Интернет-издание «ЭКД!». URL: <https://ekd.me/> (дата обращения: 05.03.2019).
5. Китайская мудрость не велит кричать о коррупции// Деловой журнал про Китай «ChinaPRO». URL: <http://www.chinapro.ru/pub/3/7513/> (дата обращения: 10.03.2019).
6. Официальный аккаунт интернет-издания «ЭКД!» в «ВКонтакте». URL: Режим доступа: <https://vk.com/ekdme> (дата обращения: 05.03.2019).
7. С. Лавров: В настоящее время отношения России и Китая лучше, чем за любой исторический период// Информационное агентство «Синьхуа Новости». URL: http://russian.news.cn/2019-02/05/c_137799336.htm (дата обращения: 02.03.2019).

¹ Китайская мудрость не велит кричать о коррупции// Деловой журнал про Китай «ChinaPRO». URL: <http://www.chinapro.ru/pub/3/7513/> (дата обращения: 10.03.2019).

² Антикризисная медитация// Деловой журнал про Китай ChinaPR. URL: <http://www.chinapro.ru/blogs/17/2856/> (дата обращения: 10.03.2019).

References:

1. Anticrisis Meditation [Antikrizisnaja meditacija] // Business magazine about China ChinaPRO [Electronic resource]. Access mode: <http://www.chinapro.ru/blogs/17/2856/> (access date: 03/10/2019) (In Russian).
2. The hunger strike is on schedule: why the government of the People's Republic of China does not eat on October 16 [Golodovka po raspisaniju: pochemu v pravitel'stve KNR ne edjat 16 oktjabrja] // Internet edition «EKD!» [Electronic resource]. Access mode: <https://ekd.me/2018/10/golodovka-po-raspisaniju-pochemu-v-pravitel'stve-knr-ne-edyat-16-oktyabrya/> (access date: 07.03.2019) (In Russian).
3. Internet edition «Magazeta» [Electronic resource]. Access mode: <https://magazeta.com> (access date: 03/03/2019) (In Russian).
4. Internet edition «EKD!» [Electronic resource]. Access mode: <https://ekd.me/> (access date: 03/05/2019) (In Russian).
5. Chinese wisdom does not order to shout about corruption [Kitajskaja mudrost' ne velit krichat' o korrupcii] // Business magazine about China ChinaPRO [Electronic resource]. Access mode: <http://www.chinapro.ru/pub/3/7513> (access date: 03/10/2019) (In Russian).
6. The official account of the Internet publication «EKD!» in «VKontakte» [Electronic resource]. Access mode: <https://vk.com/ekdme> (access date: 03/05/2019) (In Russian).
7. S. Lavrov: At present, relations between Russia and China are better than in any historical period [S. Lavrov: V nastojashhee vremja otnoshenija Rossii i Kitaja luchshe, chem za ljuboj istoricheskij period] // Xinhua News Information Agency [Electronic resource]. Access mode: http://russian.news.cn/2019-02/05/c_137799336.htm (access date: 03/02/2019) (In Russian).

IMAGE OF CHINA IN SPECIALIZED RUSSIAN INTERNET MEDIA

Kirsanova A.M.

*Master student of the Faculty of Russian Philology and
Foreign Languages
Pskov State University,
kirsanova.anna.m@gmail.com*

Abstract: *The article analyzes the image of China formed in recent years by modern Russian Internet media. The source base of this study is the publications and materials of such specialized publications devoted to the PRC as «Magazet», «EKD!» and «ChinaPRO».*

Keywords: *image of China, Russian media, Internet publications, information policy, international relations.*

Для цитирования: *Курсанова А.М. Образ Китая в российских специализированных Интернет-СМИ// Архонт, 2019. № 3 (12). С. 55-61.*