

Политическая лингвистика. 2025. № 1 (109).
Political Linguistics. 2025. No 1 (109).

УДК 811.161.1'42+811.161.1'38+81'27
ББК Ш141.12-51+Ш141.12-55+Ш100.621

ГРНТИ 16.21.27; 16.21.33

Код ВАК 5.9.8

Ли Цзяэй

Даляньский университет иностранных языков, Далянь, Китай, 1761867544@qq.com, <https://orcid.org/0000-0002-4280-6622>

Исследование конструирования имиджа «Одного пояса и одного пути» Китая в свете теории критического дискурс-анализа на материалах сообщений об этой инициативе в «Российской газете»

АННОТАЦИЯ. Китайская инициатива «Пояс и путь» (ППД) является важной темой в международном сообществе, и изучение многомерных интерпретаций этой темы в российских СМИ может помочь понять способы конструирования и особенности распространения имиджа «Пояса и пути» в международном контексте. В данном исследовании на основе сочетания методов корпусного и критического дискурс-анализа рассматривается имидж «Пояса и пути», конструируемый в сообщениях российских СМИ, и анализируются глубинные факторы, влияющие на этот процесс. Выяснилось, что отношение России к китайской инициативе «Пояс и путь» прошло несколько этапов от ожидания, подозрения, осторожности до понимания, принятия, доверия и поддержки, а характеристики имиджа «Пояса и пути», представленные в сообщениях российских СМИ, также изменились, проделав путь от geopolитического инструмента Китая, представляющего угрозу для России, и стратегического инструмента Китая для сдерживания развития США в Азиатско-Тихоокеанском регионе до стратегической концепции, параллельной российскому «Большому евразийскому партнерству», ориентированной на взаимосвязанность и многопрофильное pragматическое развитие, выступающей за мирное сотрудничество и взаимную выгоду. Обращение к соответствующим социокультурным контекстам подтверждает, что национальные интересы России и инвестиции Китая в рамках инициативы «Пояс и путь» в страны и проекты вдоль маршрута влияют на конструирование имиджа «Пояса и пути». В результате проведенного исследования были выдвинуты предложения по сотрудничеству между СМИ России и Китая.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: журналистика, медиалингвистика, медиадискурс, медиатексты, средства массовой информации, язык СМИ, языковые средства, российские СМИ, политический дискурс, китайские инициативы, конструирование имиджа, критический дискурс-анализ, политическая стратегия, экономическая политика, международные отношения.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Ли Цзяэй, аспирант, Даляньский университет иностранных языков; 116044, Китай, провинция Ляонин, г. Далянь, Люишуньское шоссе, 6; email: 1761867544@qq.com.

БЛАГОДАРНОСТИ. Работа является результатом этапа инновационного проекта аспирантуры Даляньского университета иностранных языков «Исследование стратегий перевода политического дискурса на русский язык для идентификации аудитории» (YJSCX2024-009).

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Ли, Цзяэй. Исследование конструирования имиджа «Одного пояса и одного пути» Китая в свете теории критического дискурс-анализа на материалах сообщений об этой инициативе в «Российской газете» / Ли Цзяэй. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2025. — № 1 (109). — С. 196-209.

Li Jiawei

Dalian University of Foreign Languages, Dalian, China, 1761867544@qq.com, <https://orcid.org/0000-0002-4280-6622>

A Study of the Image Construction of China's Belt and Road Initiative From the Perspective of Critical Discourse Analysis (On the Material of the Rossiyskaya Gazeta Publications)

ABSTRACT. *China's Belt and Road Initiative is an important issue of the international community. Exploring the multi-dimensional interpretations of this issue by the Russian media can help understand the methods of construction and dissemination of the image of the Belt and Road in the international context. This study uses the methods of corpus-assisted and critical discourse analyses to explore the image of the Belt and Road Initiative presented in the Russian media coverage, and reveals the deep social and cultural factors that influence the image construction. The study has found that Russia's attitude towards China's Belt and Road Initiative has gone through several stages from wait-and-see, doubt and caution to understanding, acceptance, trust and support. The characteristics of the image of the Belt and Road Initiative presented in the Russian media have also shifted from seeing it as the Chinese geopolitical tool menacing Russia, and China's strategic instrument for restraining the development of the United States in the Asia-Pacific region to the current positive image. Parallel with Russia's "Greater Eurasian Partnership" concept, it focuses on interconnection and pragmatic development in multiple fields, and advocates peaceful cooperation and mutual benefit. Turning to relevant socio-cultural contexts shows that Russia's national interests and China's investments within the framework of the Belt and Road Initiative into countries and projects along the route influence the image of the Belt and Road. The study has formulated proposals for further cooperation between the media of the Russian Federation and the People's Republic of China.*

© Ли Цзяэй, 2025

KEYWORDS: journalism, media linguistics, media discourse, media texts, mass media, mass media language, language means, Russian media, political discourse, Chinese initiatives, image constructing, critical discourse analysis, political strategy, economic policy, international relations.

AUTHOR'S INFORMATION: Li Jiawei, Post-Graduate Student, Dalian University of Foreign Languages, Liaoning, Dalian, China.

ACKNOWLEDGMENTS. The study presents the results of a stage of the post-graduate innovative research project of Dalian University of Foreign Languages “Investigation of the strategies of political discourse translation into Russian in order to identify the audience” (YJSCX2024-009).

FOR CITATION: Li Jiawei. (2025). A Study of the Image Construction of China's Belt and Road Initiative From the Perspective of Critical Discourse Analysis (On the Material of the *Rossiyskaya Gazeta* Publications). In *Political Linguistics*. No 1 (109), pp. 196–209. (In Russ.).

ВВЕДЕНИЕ

В 2013 году председатель КНР Си Цзиньпин впервые выдвинул инициативу по созданию Экономического пояса Шелкового пути и Морского шелкового пути XXI века (далее — Инициатива «Пояс и путь»). За последнее десятилетие постепенно важной темой в международном сообществе стала инициатива «Пояс и путь», развитие и реализация которой привлекли широкое внимание отечественных и зарубежных СМИ. Являясь для международной аудитории основным каналом понимания дел и имиджа других стран, СМИ играют ключевую роль в принятии государственных решений и внешней коммуникации, а также обладают дискурсивной силой для конструирования имиджа другого. Исследование многомерной интерпретации важных вопросов в сообщениях СМИ может выявить скрытую картину международного общественного мнения, стоящего за поднимаемыми журналистами вопросами, и восприятие СМИ имиджа страны, сформированного соответствующими проблемами, а затем отразить эффект конструирования и распространения имиджа в международном контексте. В настоящее время Россия и Китай стратегически зависят друг от друга, и восприятие российскими СМИ имиджа Китая является важной частью отстаивания «права голоса» Китая на международной арене [Лю Хун, Чэнь Сици 2023], а инициатива «Пояс и путь», как важная тема для СМИ, имеет большое значение для конструирования и распространения национального имиджа. Изучение инициативы «Пояс и путь» в сообщениях российских СМИ и исследование конструирования российскими СМИ имиджа инициативы «Пояс и путь» в течение этого десятилетия будет способствовать развитию двусторонних отношений, а также будет полезно для медийного сотрудничества между двумя странами.

С опорой на трехмерную схему критического анализа дискурса Фэркло в исследовании рассматриваются и обобщаются особенности имиджа инициативы «Пояс и путь»

Китая в сообщениях российских СМИ, а также делается попытка выявить глубинные мотивы, влияющие на конструирование имиджа, чтобы дать предложения по построению системы дискурса для внешнего распространения сведений о китайской инициативе «Пояс и путь».

1. СОСТОЯНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ И ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ БАЗА

С расширением влияния инициативы «Пояс и путь» количество исследований имиджа «Пояса и пути» в сообщениях СМИ растет год от года. Соответствующие предшествующие исследования сосредоточены на анализе дискурсивного механизма конструирования СМИ имиджа «Пояса и пути» в США, Индии, России, Японии, Великобритании, Европейском союзе и т. д., на общественном мнении о «Поясе и пути» и восприятии имиджа, а также на эффекте распространения имиджа [Фу Руйхун 2016; Чэнь Яли 2019; Цзоу Лу 2023], являя мультирегиональную и всестороннюю характеристику предмета изучения. Россия — важная для инициативы «Пояс и путь» страна с морским побережьем, в последние годы все больше китайских ученых уделяет внимание конструированию имиджа «Пояса и пути» в сообщениях российских СМИ, например, Сунь Линь [Сунь Линь 2016] проанализировал имидж Китая в рамках «Пояса и пути» с помощью метода контент-анализа. Ли Цзяньсинь и Ли Синьвэй [Ли Цзяньсинь, Ли Синьвэй 2018] проанализировали особенности конструирования российскими СМИ национального образа Китая на основе теории фреймов. Результаты соответствующих исследований показывают, что рассмотрение имиджа «Пояса и пути» в сообщениях российских СМИ демонстрирует необходимое сочетание теории и практики, однако такие факторы, как субъективная методология и одноаспектная перспектива исследования по-прежнему препятствуют дальнейшему углублению анализа.

Критический дискурс-анализ (КДА) в основном изучает отношения между дискур-

сом, властью и идеологией. Теоретические исследования критического дискурс-анализа в западных странах в основном включают следующие четыре школы: критическая лингвистика Фаулера (Fowler), социокультурный анализ Фэркло (Fairclough), метод социокогнитивного анализа Ван Дейка (Van Dijk) и метод историко-дискурсивного анализа Водак (Wodak). Среди них Фэркло [Fairclough 1992] считает, что любой дискурс — это продукт тесного сочетания текста (*text*), дискурсивной практики (*discursive practice*) и социальной практики (*social practice*). Эти три измерения взаимодействуют друг с другом, отражая диалектические отношения между дискурсом, обществом и идеологией. В результате он предлагает трехмерную схему критического анализа дискурса, включающую три измерения, в которой используются методы описания — интерпретации — объяснения, т. е. описание лингвистических особенностей текста, интерпретация процесса производства текста и объяснение ограничений социокультурных контекстов, накладываемые на два процесса — производство и интерпретацию текста, равно как влияние производства и интерпретации на социокультурный контекст [Fairclough 1995].

Можно сказать, что трехмерная аналитическая схема Фэркло хорошо отражает отношения между языком и обществом, побуждая последующие исследования сосредоточиться не только на самом дискурсе, но и на процессе дискурсивной практики и ее социальном контексте, а также выявлять более глубокие социальные и политические проблемы путем анализа текстов. Однако критический дискурс-анализ имеет и множество недостатков, и некоторые лингвисты критикуют присущий ему небольшой объем исследуемого текста и субъективизм выводов. В 2008 г. Бейкер и др. предложили задействовать корпусную лингвистику, которая может позволить исследователям критического дискурса изучать проблемы на основе реальных языковых данных, и поэтому все больше лингвистов в Китае и за его пределами стали применять корпусные методы исследования к критическому дискурс-анализу, чтобы получить более убедительные результаты с помощью методов количественного анализа. Можно сделать вывод, что трехмерная схема критического дискурс-анализа, сочетающая корпусные методы, не только восполняет недостаток объективности в методах исследования, но и расширяет исследовательское пространство и позволяет глубже проанализировать мотивы, лежащие в основе языка. В соответствии с вышеизложенным в данном исследовании пред-

лагается использовать корпусный метод критического дискурс-анализа для анализа сообщений об инициативе «Пояс и путь» в российских СМИ с помощью трехмерной схемы критического дискурс-анализа Фэркло, рассматривая конструирование имиджа «Пояса и пути».

2. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1. Цели исследования

Данное исследование направлено на решение следующих вопросов:

1. Каковы тенденции в сообщениях российскими СМИ об инициативе «Один пояс, один путь»? Какие темы наиболее популярны?
2. Какой имидж китайского «Одного пояса, одного пути» создается в сообщениях российских СМИ?
3. Каковы социальные факторы, влияющие на конструирование имиджа «Одного пояса, одного пути» в сообщениях российских СМИ?

2.2. Материал исследования и обработка данных

«Российская газета» — ежедневное издание Правительства Российской Федерации и один из ведущих авторитетных органов в российской прессе. Являясь каналом коммуникации российского правительства с внешним миром, «Российская газета» регулярно публикует политические и нормативные документы, новости из России и мира, а также материалы о текущих событиях. Поэтому «Российская газета» имеет широкий круг аудитории, большое международное влияние, и своевременность и авторитетность сообщений в данном издании в определенной степени гарантированы. В связи с данными обстоятельствами «Российская газета» была выбрана в качестве источника корпуса, чтобы получить достаточно репрезентативную и достоверную выборку для изучения конструирования имиджа «Пояса и пути» в сообщениях российских СМИ.

Выбрав «Пояс и путь», «Один пояс, один путь» и «экономический пояс Шелкового пути» в качестве ключевых слов, мы провели в исследовании поиск соответствующих сообщений в «Российской газете» за период с 7 сентября 2013 г. по 1 декабря 2024 г. с помощью российской базы данных *Eastview* (время появления инициативы «Пояс и путь» — 7 сентября 2013 г.). После выполненного вручную исключения статей, не относящихся к новостному жанру, повторяющихся новостей и сообщений, которые в меньшей степени соответствуют теме, было отобрано в общей сложности 100 новостных сообщений, соответствующих заявленным требованиям. Эти 100 новостных статей были подвергнуты сокращению с целью удаления нерелевант-

ной информации; в итоге сохранялись только заголовок, время публикации и основная часть. Таким образом был создан корпус сообщений российских СМИ об инициативе «Пояс и путь», содержащий 136 976 tokens (токенов) и 11 683 types (классов).

2.3. Методы и процедуры исследования

Основываясь на трехмерной схеме критического анализа дискурса Фэркло [Fairclough 1992], в исследовании предлагается использовать корпусный метод критического дискурс-анализа для анализа и исследования проблем. Схематически этапы исследования представлены на рис. 1.

Во-первых, с помощью программы *KHcoder* данный корпус был обработан с формированием сети совпадений (co-occurrence) тематических слов, чтобы выявить популярные темы в сообщениях об «Одном поясе и одном пути», а затем весь корпус был проанализирован с точки зрения тенденций и тем сообщений.

Во-вторых, на этапе описания с помощью программы *antconc* исследуются лингвистические и семиотические особенности соответствующего корпуса через такие методы текстового анализа, как выявление высокочастотных слов, ключевых слов, коллокаций (collocation) и конкорданса (concordance). На этапе интерпретации анализируется имидж «Пояса и пути», созданный российскими СМИ, посредством анализа источников информации. Последующее объединение результатов двух этапов исследования позволяет обобщить данные об имидже «Пояса и пути» в сообщениях российскими СМИ.

Наконец, на этапе объяснения исследуются глубинные мотивы, влияющие на конструирование имиджа «Пояса и пути» в сообщениях российскими СМИ.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И АНАЛИЗ

3.1. Анализ тенденций и тем сообщений

Исследование изменения количества и распределения тем сообщений о «Поясе и пути» в «Российской газете» позволяет представить тенденцию внимания российских СМИ к инициативе «Пояс и путь». Как показано на рисунке 2, количество сообщений демонстрирует колеблющуюся тенденцию роста, а распределение количества сообщений по годам нестабильно, с явными изменениями по фазам. В период с 2013 по 2014 г. Россия не сильно реагировала на инициативу «Пояс и путь», и сообщений было немного, но количество сообщений резко выросло в 2015 г., затем снизилось после достижения небольшого пика в 2017 г., и потом в период с 2020 по 2022 г. сообщений стало меньше, а после 2022 г. количество сообщений резко возросло и вновь достигло пика в 2023 г. Новости показывают, что в Китае были проведены Форумы международного сотрудничества «Один пояс и один путь» в 2017, 2019 и 2023 гг., что привело к увеличению количества соответствующих сообщений. В 2020 г. из-за возникновения эпидемии развитие и реализация инициативы «Пояс и путь» были поставлены под сомнение международным сообществом, и количество соответствующих сообщений сократилось. Видно, что на интерес российских СМИ к инициативе «Пояс и путь» влияют масштабные международные события, поэтому общая тенденция динамики внимания демонстрирует повышение в период проведения масштабных международных мероприятий или встреч китайских и российских лидеров и стабилизацию в остальное время.

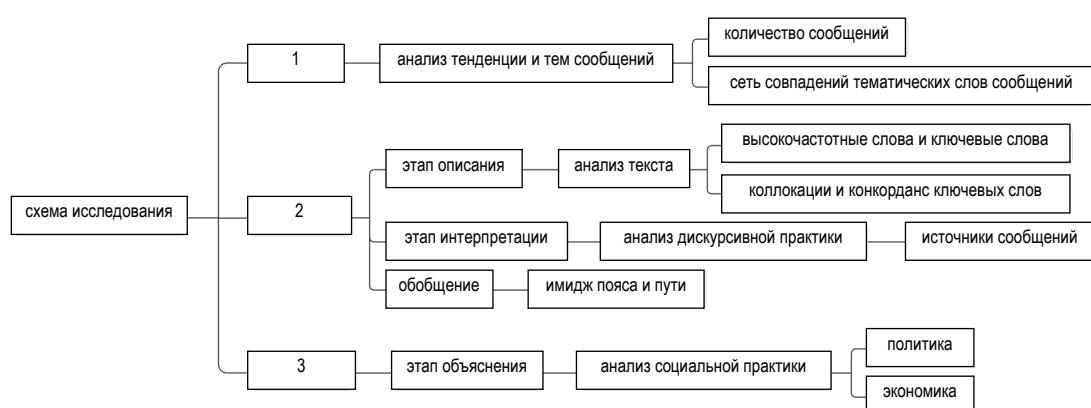


Рис. 1. Схема проведения исследования



Рис. 2. Тенденция изменения количества сообщений о «Поясе и пути» в «Российской газете»

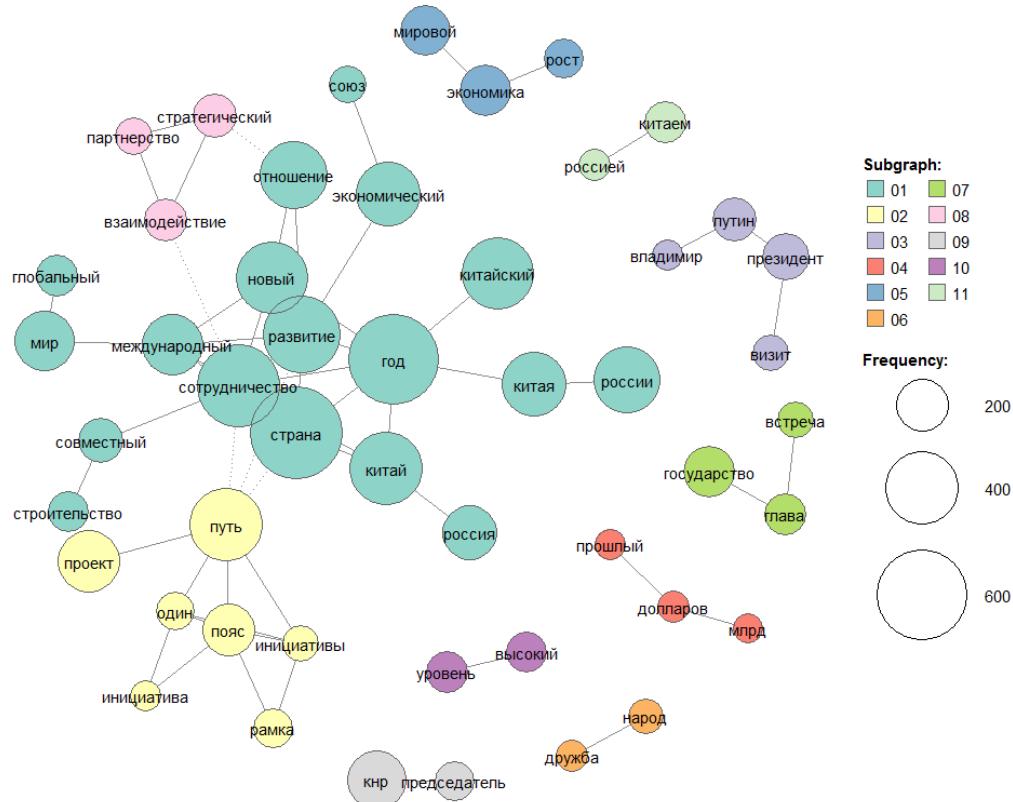


Рис. 3. Сеть совпадений тематических слов в сообщениях

При анализе дискурса с помощью корпуса тематические слова могут отражать тенденцию внимания СМИ [Лю Хун, Чэнь Сици 2023: 12]. Для исследования была нарисована сеть совпадений тематических слов в сообщениях о «Поясе и пути» в «Российской газете» посредством программы KEncoder (см. рис. 3), далее анализировались распределение тем и потенциальная взаимосвязь между темами в соответствующих сообщениях. Как видно из рисунка 3, темы сообщений в основном сосредоточены на финансовых инвестициях и строительстве инфраструктуры, которые можно обобщить как

рамки сотрудничества в инициативе «Пояс и путь» и конкретный план реализации соглашений, отношения Китая и России, мировой экономический рост и экономический союз, стратегические партнеры по сотрудничеству, международное сотрудничество и совместное строительство инфраструктуры между странами, дружба народов, США и доллар.

3.2. Анализ текста

Fairclough [Fairclough 2003] указывает, что текстуальный анализ дискурса относится к представлению текстов на лексическом, грамматическом и дискурсивном уровнях, и в конкретный процесс анализа могут вовле-

каться морфология, лексика и заголовки, а языковые особенности с различиями, выделенными в процессе производства текста, будут результатом идеологических различий [Цзэн Цзяньсун, Ли Цимин 2023: 101]. В данном исследовании анализируются высокочастотные слова и ключевые слова, высокочастотные коллокации и конкорданс ключевых слов.

3.2.1. Анализ высокочастотных слов и ключевых слов

Данные о частотности слов помогают исследователю в кратчайшие сроки понять языковые особенности текста [McEnery et al., 2006]. Высокочастотные слова — это слова, которые чаще всего встречаются в тексте и помогают выявить ключевую информацию, например, тему текста. Ключевые слова — это «слова, которые встречаются гораздо чаще нормы по сравнению с справочным корпусом» [Scott, Tribble 2006: 55], которые могут отражать мысли и идеи субъекта [Ху Кайбао, Шэн Даньдань 2020: 99]. Взяв онлайн-версию основного корпуса Русского национального корпуса (НКРЯ) в качестве справочного корпуса, мы получили в исследовании список высокочастотных слов и ключевых слов с помощью программы Antconc путем удаления предлогов, восклицательных междометий

и других часто используемых функциональных слов (см. табл. 1).

Как видно из таблицы 1, высокочастотные слова пересекаются с ключевыми словами: слова «один», «пояс» и «путь», как в русском выражении «Один пояс, один путь», являются тематическими словами в сообщениях. Среди появившихся высокочастотных слов на первый план выходят слова «Россия», «Путин», «Китай» и «китайский», тесно связанные с Россией и Китаем. Как обнаружено при поиске, слова-коллокации для «Россия» и «Китай» — это «страна», «сотрудничество», «партнёр», «развитие» и так далее, что говорит о том, что российские СМИ придают большое значение сотрудничеству между Россией и Китаем в рамках инициативы «Пояс и путь» и положительно относятся к этому сотрудничеству. И слово «сотрудничество» часто употребляется не только с такими существительными, как «развитие», «взаимодействие», «проект», «область», «строительство» и «торговля», но и с такими прилагательными, как «международный», «совместный», «экономический», «важный», «двусторонний» и «высокий», что свидетельствует о том, что российские СМИ считают сотрудничество в

Таблица 1. Высокочастотные и ключевые слова в сообщениях

Num.	High frequency words (adj)	Frequency	High frequency words (n)	Frequency	Keywords
1	китайский	385	китай	640	китай
2	новый	383	сотрудничество	631	КНР
3	экономический	306	россия	547	один
4	международный	276	год	600	пояс
5	российский	230	развитие	449	путь
6	важный	193	путь	398	сотрудничество
7	мировой	183	страна	640	страна
8	совместный	148	отношение	343	отношения
9	стратегический	144	проект	285	Путин
10	крупный	133	мир	264	ЕАЭС
11	глобальный	127	КНР	257	китайский
12	высокий	121	сторона	204	шелковый
13	общий	117	пояс	199	млрд
14	должный	103	государство	196	партнерство
15	взаимный	102	экономика	193	экономический
16	двусторонний	101	президент	166	мировый
17	политический	99	время	159	ШОС
18	торговый	92	торговля	154	торговля
19	транспортный	77	Путин	143	инициатива
20	главный	76	США	142	взаимодействие
21	большой	74	друг	140	евразия
22	активный	73	взаимодействие	133	партнёр
23	прошлый	69	глава	128	США
24	региональный	69	партнёр	125	РФ
25	готовый	68	рамка	116	дружбы

рамках инициативы «Пояс и путь» высокоровневым и межотраслевым. Это также отражается в частотных прилагательных: сотрудничество в рамках инициативы «Пояс и путь» осуществляется как на региональном, так и на международном уровнях, предполагает как двусторонние, так и многосторонние отношения и охватывает экономику, торговлю, транспорт, инфраструктуру и другие сферы. Российские СМИ оценили инициативу «Пояс и путь» «важной», «активной» и «стратегической». Частое использование этих высокочастотных слов и ключевых слов сформировало имидж «Пояса и пути», который способствует сотрудничеству и фокусируется на многоаспектном pragmatischem развитии.

Кроме того, помимо «России» и «Китая», «США» также является страной, на которой российские СМИ акцентируют внимание в сообщениях, связанных с «Поясом и путем». Через поиск по коллокациям и конкордансом слова «США» обнаружено, что высокочастотными коллокациями слова «США» являются слова «Китай», «Россия», «торговля», «политика» и т. д. Российские СМИ обеспокоены влиянием инициативы «Пояс и путь» на политическую, экономическую и торговую сферы России, Китая и США. В сообщениях оказывается, что проект «один путь, один пояс» является своеобразным противовесом стратегии США и стран АТР по «восстановлению баланса» (пример 1); Евразийский экономический союз и Экономический пояс Шелкового пути могут привести к упадку Атлантического региона и подъему Евразии, и в этом процессе Россия будет принимать непосредственное участие. В общем, сообщения российских СМИ сформировали имиджа «Пояса и пути», который призван стать ключом к экономическому противостоянию между Востоком и Западом и является стратегическим инструментом Китая для сдерживания развития США в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Пример 1. Является ли проект «один путь, один пояс» своеобразным противовесом стратегии США и стран АТР по «восстановлению баланса», противовесом готовящихся соглашений США со своими

партнерами по Трансатлантическому торговому партнерству и Трансатлантическому торговому и инвестиционному партнерству? (Защитить Победу. 04.27. 2015)

3.2.2. Анализ высокочастотных коллокаций и конкорданса ключевых слов

Корпусные исследования показали, что определенные лексемы в дискурсивной практике имеют тенденцию притягивать в контексте слова со сходными семантическими признаками, а частотная совместная встречаемость таких слов создает специфическую семантическую атмосферу, формируя положительные, нейтральные или отрицательные семантические рифмы вокруг узлового слова [Вэй Найсинь 2002]. Поэтому Sinclair [Sinclair 2003] рассматривает «ключевые слова в контексте» как один из ключевых методов исследования в корпусной лингвистике. В дискурс-анализе изучение коллокаций и конкорданса ключевых слов является эффективным аналитическим инструментом, и коллокация ключевых слов может не только выявить закономерности лексических ассоциаций, но и показать, как слово приобретает значение в контексте [Xiao 2015]. Конкорданс ключевых слов в то же время может наглядно представить контекст, а также форму и значение слов. «Один пояс, один путь», несомненно, является ключевым словом в исследовании, поэтому для более глубокого исследования имиджа «Пояса и пути» в «Российской газете» необходимо дополнительно проанализировать соответствующие коллокации и конкордансы выражения «Один пояс, один путь».

Взяв выражение «Один пояс, один путь» в качестве узлового слова (с интервалом слева направо равным 5), в ходе исследования мы графически изобразили сеть совпадений коллокационной лексики (см. рис. 4). Было выделено 20 коллокаций с наибольшим значением MI (см. табл. 2), на основе этих статистических данных далее исследуется имидж «Пояса и пути», созданный в сообщениях.

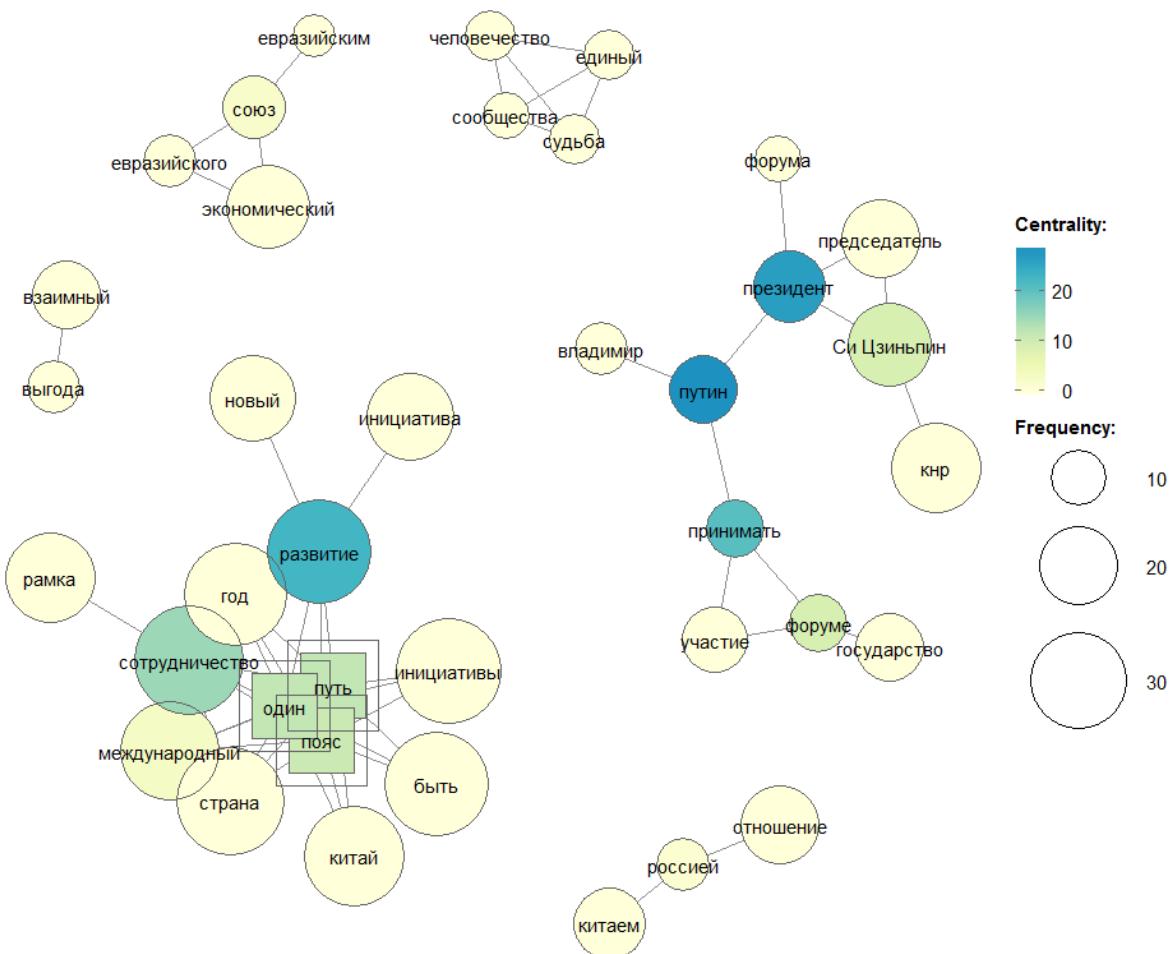


Рис. 4. Сеть совпадений коллокаций «Один пояс, один путь»

Таблица 2. Топ-20 коллокаций «Один пояс, один путь»

Num.	collocation	Frequency	MI
1	инициативы	61	13,116
2	рамка	26	12,624
3	международный	32	11,946
4	Си Цзиньпин	23	11,946
5	сотрудничество	39	11,946
6	участие	14	11,491
7	форуме	11	10,946
8	важный	23	10,946
9	проект	27	10,635
10	КНР	26	10,361
11	взаимный	15	10,361
12	развитие	35	10,361
13	совместный	18	9,946
14	разный	12	9,946
15	китай	50	9,946
16	готовый	12	9,946
17	выгода	9	9,946
18	президент	17	9,946
19	союз	13	9,624
20	октябрь	8	9,624

Согласно рис. 4 и табл. 2, при упоминании «Пояса и пути» российские СМИ в основном фокусируются на встрече глав государств России и Китая, сотрудничестве и развитии в рамках инициативы «Пояс и путь», российско-китайские отношениях, обществе человеческой судьбы, общих интересах и Евразийском экономическом союзе и других темах.

Во-первых, сообщения посвящены выступлениям президента Путина по поводу китайской инициативы «Пояс и путь», а также совместным заявлениям или проектным контрактам, связанным с инициативой «Пояс и путь», подписанным в ходе встреч глав государств России и Китая. «Российская газета» приводит оценку президентом Путиным инициативы «Пояс и путь», в которой говорится, что «проекты евразийской интеграции и Экономического пояса Шелкового пути могут гармонично дополнять друг друга. В перспективе Москва и Пекин выйдут на новый уровень партнерства, подразумевающий общее экономическое пространство на всем Евразийском континенте», в сообщении отмечается, что «Москва и Пекин не строят союзов против кого-то или замкнутых блоков». По мере роста интереса российских СМИ к инициативе «Пояс и путь» в сообщениях стали появляться темы, посвященные сотрудничеству и развитию в рамках инициативы «Пояс и путь». Нажав на слова «сотрудничество» и «развитие», чтобы просмотреть соответствующие индексные строки, мы обнаружили, что российские СМИ в первую очередь выражают признание вклада инициативы «Пояс и путь»: инициатива «Пояс и путь» способствует сотрудничеству между евразийскими странами на Экономическом поясе Шелкового пути и содействует экономическому развитию стран-партнеров, особенно в Азии, за счет строительства инфраструктуры, такой как автомобильные и железные дороги, мосты, логистические центры, а также инвестиций, приносимых проектами «Пояс и путь» (пример 2). Во-вторых, сообщается, что инициатива «Пояс и путь» способствует дальнейшему развитию российско-китайских отношений и что сотрудничество между Россией и Китаем в различных областях, особенно в экономической сфере, в будущем выйдет на новый уровень.

Помимо того, что российские СМИ уделяют внимание конкретным проектам реализации и результатам инициативы «Пояс и путь» на международном и региональном уровнях, их также волнует вопрос, что инициатива «Пояс и путь» может принести России. В соответствии с конкордансом слов

«взаимный» и «выгода» видно, что российские СМИ поддерживают дух проекта Шелкового пути, характеризующийся взаимной выгодой и обоюдным выигрышем, на основе новых источников богатства, предоставленных углублением двустороннего торгово-экономического сотрудничества между Россией и Китаем (пример 3), российская сторона рассматривает «данний проект в качестве важной составной части продвижения сотрудничества на основе равноправия и взаимной выгоды на всем Евразийском континенте». Из приведенного выше анализа видно, что российские СМИ формируют позитивный имидж «Пояса и пути», который фокусируется на связности и способствует взаимной выгоде и обоюдном выигрышу.

Пример 2. *На Южном Урале вышло на завершающую стадию создание транспортного коридора с КНР. Значимость этого проекта для развития региона очевидна, условия для его реализации — самые благоприятные... К слову, проект ТЛК имеет стратегическое значение (Возрождение Шелкового пути. 09.09.2014).*

Пример 3. *Следует с чувством долга стремиться к всеобщей выгоде и обоюдному выигрышу, наращивать свою конструктивную роль в международных делах, общими усилиями содействовать миру... Оно уже стало образцом взаимной выгоды и всеобщего выигрыша между государствами. Товарооборот между Китаем и Россией в 2018 году побил исторический рекорд, превысив 100 млрд долларов США (Китай и Россия идут в ногу со временем. 05.06.2019).*

Кроме вышеперечисленных сообщений, которые носят позитивный характер, в российских СМИ также встречаются сообщения, демонстрирующие нейтральную или негативную позицию. Обратившись к соответствующим индексным строкам «сообщества единой судьбы», мы обнаруживаем, что российские СМИ рассматривают предложение термин «Пояс и путь» и «сообщества единой судьбы» как первые шаги Китая к тому, чтобы начать определять мировую повестку, и инициативы «Пояс и путь» — это не только экономический проект, предложенный Китаем, но и символ того, что «в мировой дискурсе уже входят китайские термины типа „сообщества единой судьбы“ или программа „Один пояс один путь“, уже все знают эти и другие чисто китайские термины». В общем, российские СМИ конструировали имидж «Пояса и пути» как активного формирователя мировой повестки с амбициями перейти от участия к формированию решений международных проблем.

Нажав на соответствующие индексные строки «Евразийского союза», можно обнаружить, что в начале реализации китайской инициативы «Один пояс — один путь» российские СМИ действительно испытывали определенную озабоченность, сомнения и настороженность. Федор Лукьянов в сообщении «Евразийская интеграция не понашему» в 2013 г. отметил, что «большая часть Евразийского континента находится в другом направлении, на Востоке».

Это подразумевает, что страны и регионы на Евразийском континенте являются не только одним из вариантов «Евразийского союза», а также свидетельствует о том, что в начале отношение России к китайской инициативе «Один пояс, один путь» было не позитивным, а скорее сопровождалось беспокойством и тревогой. Это связано с тем, что маршрут Экономического пояса Шелкового пути проходит через страны Центральной Азии, которые относятся к постсоветскому пространству и традиционно являются сферой влияния России, а инициатива «Пояс и путь» Китая рассматривается некоторыми российскими СМИ как сильная конкуренция российскому Евразийскому экономическому союзу, что может потеснить присутствие и влияние России в Центральной Азии (пример 4). Поэтому, когда российские СМИ сообщали об инициативе «Пояс и путь» до 2015 г., они рассматривали ее как геополитическую инициативу Китая: китайская инициатива «Пояс и путь», смотрящая на запад, и российский «Евразийский экономический союз», смотрящий на восток, уже стали двумя крупнейшими идеями развития в регионе, способными изменить geopolитику Евразийского континента.

С подписанием Совместной декларации о строительстве Евразийского экономического союза и Экономического пояса Шелкового пути в 2015 г. Россия и Китай начали сотрудничать в рамках инициативы «Пояс и путь». Реализации ряда программ строительства инфраструктуры побудили российские СМИ признать, что Инициатива «Пояс и путь» будет способствовать экономическому развитию России, а Евразийский экономический союз (ЕАЭС) и Экономический пояс Шелкового пути смогут гармонично дополнить друг друга, формируя «новую модель экономического сотрудничества на всем Евразийском пространстве и в экономике». Россия предпочитает реализовать сотрудничество между Евразийским экономическом союзом и инициативой «Пояс и путь» в рамках существующих многосторонних механизмов. В 2016 г. президент Владимир Путин предложил Большое Евразийское партнер-

ство, подчеркнув, что такие интеграционные механизмы, как Евразийский экономический союз, инициатива «Пояс и путь», ШОС и АСЕАН, станут основой для построения «Большого Евразийского партнерства» [Путин, 2017], и после этого российские СМИ больше не относятся к инициативе «Пояс и путь» скептически, напротив, в соответствующих сообщениях они отмечают, что китайская инициатива «Пояс и путь» и концепция «Большого евразийского партнерства» России дополняют друг друга и надеются, что Россия и Китай добьются взаимовыгодного результата в сотрудничестве. Из приведенного выше анализа видно, что имидж «Одного пояса, одного пути» в глазах российских СМИ изменился: из geopolитического инструмента Китая, представляющего угрозу для России, перешел в стратегическую концепцию, направленную на достижение мира и взаимной выгоды параллельно с российским проектом Большого евразийского партнерства.

Пример 4. В октябре председатель КНР Си Цзиньпин выдвинул идею «Экономического пояса Шелкового пути», который, по сути, и предусматривает «евразийский экономический союз». Шанхайские коллеги признают, что название не очень удачное, поскольку сразу напоминает об американской придумке конца 1990-х «Новый шелковый путь», имевшей откровенно антироссийскую направленность (Евразийская интеграция не понашему. 20.09.2013).

3.3. Анализ дискурсивных практик

Н. Фэркл [Fairclough 1992] считает, что дискурс как формирует общество, так и формируется им, и относится к элементу социальной практики. Текст — это продукт дискурсивной практики, поэтому процесс дискурсивной практики включает в себя три процесса: производство, распространение и потребление текста, что является интерпретацией процесса порождения и понимания дискурса [Синь Бинь, Гао Сяоли 2013]. Исследование процесса порождения дискурса в сообщениях СМИ позволяет анализировать причины, по которым производится дискурс, а формирование сообщений СМИ нельзя отделить от того, что репортеры ссылаются на различных типов новостей, то есть они в основном полагаются на взгляды других людей на те или иные вещи, чтобы сообщить о новостях, а в этом процессе важное влияние оказывает идеология. Поэтому анализ источников сообщений позволяет изучить отношения СМИ, и это также лежит в основе имиджа «Пояса и пути», представленного российскими СМИ. Под

Таблица 3. Распределение источников в сообщениях

Источник	Россия	Китай	Другие	Количество	Процент (%)
правительство	40	19	11	70	70 %
СМИ	4	2	2	8	8 %
эксперты и ученые	8	3	1	12	12 %
гражданские организации	4	2	0	6	6 %
количество	56	26	14	96	—
неизвестный			4		4 %
итого			100		100 %

источниками понимаются авторы слов, которые цитирует репортер [Синь Бинь 2005]. В исследовании классифицируются источники по пяти категориям: правительство, СМИ, эксперты и ученые, гражданские организации, а также неизвестные источники, и подсчитываются источники из России, Китая и других стран.

Российские СМИ выбирают источники информации, исходя из национальных интересов, с упором на голоса Китая и международного сообщества. По данным таблицы 3 видно, что среди источников сообщений преобладают российские источники — 56 % от общего числа, что значительно превышает количество источников — зарубежных СМИ. Среди них большую часть сообщений составляют источники, ссылающиеся на правительство, — 40 позиций, что составляет 71,4 % от общего числа российских источников. Это свидетельствует о том, что при освещении «Пояса и пути» российские СМИ придают большое значение распространению собственного голоса (из России) и внимательно следят за изменениями в политике правительства. Конструирование имиджа «Пояса и пути» российских СМИ в основном основано на интересах России, а отношение России к Китаю — это имидж «Пояса и пути», представленный российскими СМИ. Кроме того, российские СМИ уделяют больше внимания источникам из Китая и цитируют их (особенно правительственные) гораздо чаще, чем из других стран, что говорит об особой ценности для российских СМИ заявлений, объяснений и мнения Китая об инициативе «Пояс и путь». США занимают первое место среди источников из других стран, за ними следуют страны Центральной Азии, тем самым российские СМИ в своих новостных сообщениях также стремятся ссыльаться на мнение международного сообщества и уделять особое внимание отношению США и стран Центральной Азии к инициативе «Пояс и путь».

3.4. АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ ПРАКТИК

Фэркл [Fairclough 1989] отмечает, что социальные практики могут характеризоваться дискурсами, а дискурсы выполняют функцию конструирования и влияния на социальные практики. В исследовании анализируются факторы, влияющие на имидж «Пояса и пути» в российских СМИ, с точки зрения политики и экономики.

3.4.1. Анализ политического контекста

В политическом контексте объем и содержание сообщений об инициативе «Пояс и путь» в российских СМИ отвечают интересам страны, что является фундаментальной основой имиджа «Пояса и пути», представленного российскими СМИ. Из распределения источников информации видно, что собственные интересы России являются абсолютно доминирующими среди факторов, влияющих на сообщения об инициативе «Пояс и путь» в российских СМИ. В начале 2013 г. китайская инициатива «Пояс и путь» была холодно встречена в России, где ее восприняли как политический инструмент расширения присутствия Китая в Центральной Азии, что может подорвать влияние России в Центральной Азии и процесс евразийской интеграции. Мнение о том, что национальные интересы будут подорваны, привело к тому, что инициатива «Пояс и путь» практически не освещается в российских СМИ, а то, что сообщается, создает имидж инициативы «Пояс и путь» как угрозы для России и геополитического инструмента Китая. Однако по мере реализации инициативы «Пояс и путь», уточнения ее основных концепций, постепенной реализации и продвижения инфраструктурных проектов и накопления результатов российско-китайского сотрудничества в рамках инициативы «Пояс и путь», отношение России меняется в лучшую сторону, и она начинает считать, что китайская инициатива «Пояс и путь» не вредит интересам России, а гармонично дополняет Евразийский экономический союз, за который выступает российское правительство, и сообщения об инициативе «Пояс и путь» в российских СМИ увеличились. В ре-

зультате число сообщений об инициативе «Пояс и путь» в российских СМИ продолжало расти, и имидж, создаваемый в сообщениях, постепенно стал позитивным. После 2016 г. идея президента России Владимира Путина о создании Большого евразийского партнерства еще больше прояснила отношение России к инициативе «Пояс и путь» Китая: она может принести экономические, торговые и другие выгоды России, и Россия готова осуществлять сотрудничество с Китаем для достижения взаимной выгоды на многосторонней основе под руководством каждой страны. И поэтому после 2016 г. количество сообщений об инициативе «Пояс и путь» в российских СМИ достигло беспрецедентного уровня, а имидж «Пояса и пути» в сообщениях стал более позитивным и основанным на большем количестве разноспектных подробностей.

3.4.2. Анализ экономического контекста

С экономической точки зрения вливание китайского капитала принесло России множество выгод. После украинского кризиса отношения России с Западом продолжают усложняться, а экономические санкции, введенные США и Европой против России, нанесли большой удар по российской экономике. В то же время Трансатлантическое торговое и инвестиционное партнерство (ТТИП), возглавляемое США, также связано с интересами России в Европе. В результате Россия стала больше смотреть на Восток и осознала, что взаимодействие инициативы «Пояс и путь» и Евразийского экономического союза может принести ей большую выгоду. В 2015 году Россия и Китай подписали Совместное заявление об углублении всеобъемлющего стратегического партнерства и продвижении сотрудничества на основе взаимной выгоды и Совместную декларацию о создании Евразийского экономического союза и строительстве Экономического пояса Шелкового пути, поэтому Россия и Китай сотрудничают в сфере образования, науки и техники, транспорта, строительства инфраструктуры и других областях и обе стороны пытаются связать строительство Экономического пояса Шелкового пути и Евразийского экономического союза, чтобы еще больше увеличить число точек соприкосновения стратегий развития двух стран. Россия сильно интересуется строительством маршрутов через свою территорию, а также инвестиционным сотрудничеством в рамках проектов «Пояса и пути», которые могут принести ей транзитные доходы и средства, а также стимулировать экономическое развитие регионов, расположенных вдоль маршрутов. В силу этих факторов российские СМИ уделяют больше

внимания результатам реализации инициативы «Пояс и путь» в экономической и торговой сферах, а также фокусируются на формировании экономического имиджа «Пояса и пути».

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данном исследовании на основе метода сочетания корпусного и критического дискурс-анализа рассматривается имидж «Пояса и пути», конструируемый в сообщениях российских СМИ. Выяснилось, что количество сообщений демонстрирует колеблющуюся тенденцию роста с явными изменениями по фазам, и темы сообщений в основном сосредоточены на российско-китайском сотрудничестве, инвестициях и строительстве инфраструктуры. В результате анализа высокочастотных и ключевых слов, коллокаций и конкордансов было установлено, что отношение России к китайской инициативе «Пояс и путь» прошло несколько этапов от ожидания, подозрения, осторожности до понимания, принятия, доверия и поддержки, а имидж «Пояса и пути», сконструированный в сообщениях российских СМИ, постепенно менялся от негативного и непроработанного к позитивному, полному и трехмерному.

В частности, в начале реализации инициативы «Пояс и путь» в сообщениях российских СМИ это геополитический инструмент Китая, представляющий угрозу для России, стратегический инструмент Китая для сдерживания развития США в Азиатско-Тихоокеанском регионе и символ инициативы Китая по переходу от роли участника к роли формирующего решения международных проблем. По мере постепенной реализации инициативы «Пояс и путь», российские СМИ превращают ее имидж в стратегическую концепцию, которая направлена на достижение мирного сотрудничества и взаимной выгоды, и ориентирована на взаимосвязь и многопрофильное практическое развитие параллельно с российским Большим евразийским партнерством. Российские СМИ выбирают источники информации, исходя из национальных интересов, с упором на голоса Китая и международного сообщества, что свидетельствует об абсолютном доминировании собственных интересов России среди факторов, влияющих на сообщения об инициативе «Пояс и путь» в российских СМИ. Кроме того, на конструирование имиджа «Пояса и пути» в сообщениях российских СМИ влияют также повышение уровня всестороннего стратегического партнерства России и Китая и инвестиции Китая в рамках инициативы «Пояс и путь» в страны и проекты вдоль маршрута.

ИСТОЧНИКИ

1. Владимир Путин: «Прежние модели экономического развития себя исчерпали» [EB/OL]. — 2017. — 14 мая. — URL: <http://www.Vesti.ru/doc.html?id=2887645>. — Текст : электронный.
- БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**
1. Вэй, Найсинь. Общий подход к исследованию семантической рифмы / Вэй Найсинь. — Текст : непосредственный // Foreign Language Teaching and Research. — 2002. — No. 04. — С. 300–307 = 卫乃兴. 语义韵研究的一般方法[J]. 外语教学与研究, 2002, No. (04): 300-307.
2. Ли, Цзяньсэй. Конструирование образа китайского «Пояса и пути» в сообщениях российских СМИ / Ли Цзяньсэй, Ли Синьсэй. — Текст : непосредственный // Журнал Хэбэйского университета экономики и торговли (общее издание). — 2018. — No. 03. — С. 26–32 = 李剑欣,栗兴维. 俄罗斯媒体报道中的中国“一带一路”形象建构[J]. 河北经贸大学学报(综合版), 2018, No. (03): 26-32.
3. Лю, Хун. Другая интерпретация национального имиджа Китая — пример освещения российскими СМИ зимних Олимпийских игр в Пекине / Лю Хун, Чэн Сици. — Текст : непосредственный // China Russian Language Teaching. — 2023. — No. 03. — С. 10–20 = 刘宏,陈思琪. 中国国家形象的他者阐释——以俄罗斯媒体北京冬奥会报道为例[J]. 中国俄语教学, 2023, No. (03): 10-20.
4. Синь, Бинь. Критический дискурс-анализ: цели, методы и динамика / Синь Бинь, Гао Сяоли. — Текст : непосредственный // Иностранный язык и преподавание иностранных языков. — 2013. — No. 04. — С. 1–5+16 = 辛斌,高小丽. 批评话语分析:目标、方法与动态[J]. 外语与外语教学, 2013, No. (04): 1-5+16.
5. Синь, Бинь. Критическая лингвистика: теория и применение / Синь Бинь. — Шанхай : Шанхайское издательство по образованию в области иностранных языков, 2005. — Текст : непосредственный = 辛斌. 批评语言学: 理论与应用[M]. 上海外语教育出版社. 2005.
6. Сунь, Линь. Значение китайско-российского сотрудничества в области СМИ в контексте «Одного пояса, одного пути» — на примере сотрудничества российского международного канала CCTV с Россией / Сунь Линь. — Текст : непосредственный // Фронт новостей. — 2016. — No. 22. — С. 17–18 = 孙岭. “一带一路”背景下中俄媒体合作的价值——以中央电视台俄语国际频道对俄合作为例[J]. 新闻战线, 2016, No. (22): 17-18.
7. Фу, Руйхун. Анализ интерактивного развития «Пояса и пути» и публичной дипломатии в Юго-Восточной Азии / Фу Руйхун. — Текст : непосредственный // Социальные науки Гуанси. — 2016. — No. 09. — С. 44–49 = 付瑞红. “一带一路”与公共外交在东南亚地区的互动发展分析[J]. 广西社会科学, 2016, No. (09): 44-49.
8. Ху, Кайбао. Исследование корпоративного имиджа компании Huawei в английском переводе отчета об устойчивом развитии: исследование на основе корпуса / Ху Кайбао, Шэн Даньдань. — Текст : непосредственный // Иностранные языки. — 2020. — No. 06. — С. 94–106 = 胡开宝,盛丹丹.《可持续发展报告》英译本中的华为公司形象研究——一项基于语料库的研究[J]. 外国语, 2020, No. (06): 94-106.
9. Цзэн, Цзяньсун. Создание и восприятие местного культурного образа Китая в контексте экономического и культурного взаимодействия стран региона — пример Хунани в СМИ Шри-Ланки / Цзэн Цзяньсун, Ли Цимин. — Текст : непосредственный // Электронное обучение иностранным языкам. — 2023. — No. 04. — С. 99–106+127 = 曾建松,李奇明. 区域国别经济文化互动语境下中国地方文化形象建构与接受——以斯里兰卡媒体报道中的湖南为例[J]. 外语电化教学, 2023, No. (04): 99-106+127.
10. Цзou, Lu. Конструирование новостей немецких СМИ об инициативе «Один пояс, один путь» — анализ новостных фреймов на основе восьми немецких основных СМИ (2013–2022 гг.) / Цзou Lu. — Текст : непосредственный // Обзор журналистики и коммуникаций. — 2023. — No. 01. — С. 57–75 = 邹露. 德国媒体对“一带一路”倡议的新闻建构——基于8家德国主流媒体的新闻框架分析(2013-2022年)[J]. 新闻与传播评论, 2023, No. (01): 57-75.
11. Чэн, Яли. Общественное мнение и конструирование национальной идентичности Китая в англоязычных СМИ ACEAH, освещающих «Пояс и путь» / Чэн Яли. — Текст : непосредственный // Социальные науки Гуанси. — 2019. — No. 02. — С. 78–84 = 陈雅莉. 东盟英文媒体涉“一带一路”报道之舆情与中国国家身份建构[J]. 广西社会科学, 2019, No. (02): 78-84.
12. Baker, P. A useful methodological synergy? Combining critical discourse analysis and corpus linguistics to examine discourses of refugees and asylum seekers in the UK Press / P. Baker, C. Gabrielatos, M. Khosravnik, et al. — Text : unmediated // Discourse & Society. — 2008.
13. Fairclough, N. Language and Power / N. Fairclough. — London : Longman, 1989. — Text : unmediated.
14. Fairclough, N. Discourse and Social Change / N. Fairclough. — Cambridge : Polity Press, 1992. — Text : unmediated.
15. Fairclough, N. Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language / N. Fairclough. — New York : Longman, 1995. — Text : unmediated.
16. Fairclough, N. Analysing Discourse. Textual analysis for social research / N. Fairclough. — New York : Routledge, 2003. — 270 p. — ISBN 0-415-25893-6. — Text : unmediated,
17. McEnery, A. Corpus-Based Language Studies: An Advanced Resource Book / A. McEnery, R. Xiao, Y. Tono. — London : Routledge, 2006. — Text : unmediated.
18. Scott, M. Textual Patterns: Key Words And Corpus Analysis in Language Education (Studies in Corpus Linguistics) / Mike Scott, Christopher Tribble. — Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publ., 2006. — 203 p. — ISBN 9027222940. — Text : unmediated.
19. Sinclair, J. M. Reading Concordances: An Introduction / J. M. Sinclair. — Harlow : Longman, 2003. — Text : unmediated.
20. Xiao, R. The Cambridge Handbook of English Corpus Linguistics / R. Xiao. — Cambridge : Cambridge University Press, 2015. — Text : unmediated.

MATERIALS

1. Vladimir Putin: “Previous Models of Economic Development Have Exhausted Themselves” [EB/OL]. 2017-05-14. Retrieved from <http://www.vesti.ru/doc.html?id=2887645>. (In Russian)

REFERENCES

1. Wei Naixing. (2002). A General Approach to Semantic Rhyme Research. *Foreign Language Teaching and Research*, 04, 300–307. (In Chinese)
2. Li Jianxin, & Li Xingwei. (2018). The construction of China's “Belt and Road” image in Russian media reports. *Journal of Hebei University of Economics and Trade (General Edition)*, 03, 26–32. (In Chinese)
3. Liu Hong, & Chen Siqi. (2023). The Other's Interpretation of China's National Image—Taking Russian Media's Reporting of Beijing Winter Olympic Games as an Example. *Chinese Russian Language Teaching*, 03, 10–20. (In Chinese)
4. Xin Bin, & Gao Xiaoli. (2013). Critical Discourse Analysis: Goals, Methods and Dynamics. *Foreign Language and Foreign Language Teaching*, 04, 1–5+16. (In Chinese)
5. Xin Bin. (2005). *Critical Linguistics: Theory and Application*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press. (In Chinese)
6. Sun Ling. (2016). “The Value of Sino-Russian Media Cooperation in the Context of “Belt and Road”-Taking CCTV Russian International Channel's Cooperation with Russia as an Example. *News Front*, 22, 17–18. (In Chinese)
7. Fu Ruihong. (2016). Analysis of the interactive development of “Belt and Road” and public diplomacy in Southeast Asia. *Guangxi Social Science*, 09, 44–49. (In Chinese)
8. Hu Kaibao, & Sheng Dandan. (2020). A Study of Huawei's Image in the English Translation of the Sustainability Report-A Corpus-Based Study. *Foreign Languages*, 06, 94–106. (In Chinese)
9. Zeng Jiansong, & Li Qiming. (2023). The Construction and Reception of China's Local Cultural Image in the Context of Regional Country Economic and Cultural Interaction — Taking Hunan in Sri Lankan Media Reports as an Example. *Foreign Language E-learning*, 04, 99–106+127. (In Chinese)

-
10. Zou Lu. (2023). German media's news construction of the "Belt and Road" initiative--an analysis of news frames based on eight German mainstream media (2013–2022). *Journalism and Communication Review*, 01, 57–75. (In Chinese)
11. Chen Yali. (2019). Public Opinion and China's National Identity Construction in ASEAN English-language Media Reporting on the "Belt and Road". *Guangxi Social Science*, 02, 78–84. (In Chinese)
12. Baker P., Gabrielatos C., Khosravinik M., et al. (2008). A useful methodological synergy? Combining critical discourse analysis and corpus linguistics to examine discourses of refugees and asylum seekers in the UK Press. *Discourse & Society*, 03, 273–306.
13. Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. London: Longman.
14. Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
15. Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. New York: Longman.
16. Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse. Textual analysis for social research*. New York: Routledge, 270 p. ISBN 0-415-25893-6.
17. McEnery, A., Xiao, R. & Tono, Y. (2006). *Corpus-Based Language Studies: An Advanced Resource Book*. London: Routledge.
18. Scott, Mike, & Tribble, Christopher (2006). *Textual Patterns: Key Words And Corpus Analysis in Language Education (Studies in Corpus Linguistics)*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publ., 203 p. ISBN 9027222940.
19. Sinclair, J. M. (2003). *Reading Concordances: An Introduction*. Harlow: Longman.
20. Xiao, R. (2015). *The Cambridge Handbook of English Corpus Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.