

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(Н И У « Б е л Г У »)**

**ИНСТИТУТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

**КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА, ПРОФЕССИОНАЛЬНО-РЕЧЕВОЙ И
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

**ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ
ПРЕССЕ (НА МАТЕРИАЛЕ НОВОСТЕЙ О КИТАЕ)**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 45.03.01 Филология
Профиль Преподавание филологических дисциплин
(русского языка и литературы)
очной формы обучения, группы 04011436
Цзи Гуаньшэн

Научный руководитель

к.филол.н., доцент

Дрога М.А.

Содержание

Введение.....	3
РАЗДЕЛ I. ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА НАИМЕНОВАНИЙ В ГАЗЕТНОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ XXI ВЕКА	
1.1. Язык СМИ.....	7
1.2. Заголовок как коммуникативная единица газетного текста. Функции заголовка.....	10
1.3. Особенности информационного содержания российских газет	15
РАЗДЕЛ II. КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАГОЛОВКОВ О КИТАЕ.....	19
2.1. Названия, относящиеся к сфере политики	21
2.2. Названия, относящиеся к сфере науки и техники	26
2.3. Названия, относящиеся к военной сфере.....	31
2.4. Названия, относящиеся к сфере экономики	33
2.5. Названия, относящиеся к сфере обычной жизни.....	38
2.6. Названия, относящиеся к сфере происшествий	41
Заключение	45
Список использованной литературы.....	49

Введение

Средства массовой информации так прочно вошли в нашу жизнь сегодня, что с уверенностью можно сказать, что СМИ – это мощное средство воздействия на человека, одна из самых влиятельных сфер языка. С течением времени воздействующая роль СМИ не уменьшается, а, наоборот, увеличивается. Исследователи отмечают, что остальные виды речи: научная, художественная, официальная по степени влияния на литературный язык несравнимы с массовой коммуникацией.

Язык СМИ является индикатором процессов, происходящих в разных сферах русского языка. Информационное наполнение новостных лент доказывает, что «средства массовой информации особенно быстро реагируют на изменения в общественной жизни» [Попова 2005: 5]. Именно массовость аудитории как важный отличительный признак позволяет объединить в одном понятии «язык СМИ» радио, речь, передачу, газеты и журналы, и естественно они имеют стилевую специфику. Проблема воздействия языка на способ мышления и поведение человека, непосредственно связана со средствами массовой коммуникации. СМИ не только информируют человека о состоянии мира и заполняют его свободное время, но и оказывают влияние на мировоззрение, на тип культуры настоящего времени.

Как показывают наблюдения, словотворчество последнего времени достаточно широко представлены в языке газеты. Это объясняется тем, что газета как один из видов массовой коммуникации разносторонне и быстро отражает события каждого нового дня. В наши дни она – самый чуткий регистратор новых слов, значений, словосочетаний. Газета является печатным источником информации. И сейчас она не уступает место интернет-ресурсам различного масштаба и направленности, занимая свою собственную нишу. Массовые печатные издания каждый день фиксируют изменения, происходящие в мире. Средоточием газетного текста является его заголовок. Заголовок газеты, находясь в начале, подчеркивает содержание текста. Заголовку, как централь-

ной единице газетного текста, посвящено много исследований. В разнообразных печатных изданиях, заголовок играет сильную и важную роль. Учёные-лингвисты отмечают, что заголовки газет в современной российской прессе – это не только ее обязательный элемент, но и своего рода маркетинговый ход креативной команды журналистов.

Количество работ, посвященных языку средств массовой информации и газетному заголовку столь велико, что требует определенного обзора. Изучением заголовков в разное время занимались такие ученые, как Г.О. Винокур, В.Г. Костомаров, З.М. Тураева, С.П. Суворов, В.С. Мужев, Л.А. Ноздрина, Э.И. Турчинская, Н.Н. Гавришина, С.В. Ильясова, В.З. Санников, Е.В. Сенько и другие лингвисты.

Известный писатель Джон Голсуорси отмечал, что «заголовки удваивают размер событий». Действительно, от их характера и состава во многом зависит «лицо» периодического издания. Самая важная их роль – привлечение внимания читателя. Заголовки помогают быстро ознакомиться с содержанием номера, узнать, что является в материалах заметным и интересным. Газетные факты дают много примеров того, как из-за неудачного выбора и оформления заголовков заметно уменьшается воздействие информационного посыла газеты на людей: содержательную статью с некорректно выбранным, невыразительным, неграмотно оформленным заголовком не замечают. Свидетельства читателей говорят и о том, что яркий заголовок, которые привлекают читателя своим исключительным содержанием и формой, побуждает прочитать следующий за ним текст или рассмотреть иллюстрацию, которые находятся под ним.

Источником исследования заголовков в современной российской прессе (на материале новостей о Китае) послужили газетные издания «Комсомольская правда» и «Аргументы и факты». Выбор обусловлен тем, что это самые массовые представители печатных СМИ. Выборка заголовков проводилась из газет относительного небольшого хронологического периода – с 2016 по 2018 годы.

Материалом исследования, таким образом, послужила картотека (более 200 заголовков), состоящая из названий печатных текстов вышеперечисленных источников. *Объект* данной работы – заголовки из современной российской прессы, которые обозначают Китай.

Наблюдения над языковыми фактами показали, что в газетах последних лет, печатавшихся в период острой политической ситуации в стране, таких заголовков – небольшое количество. В то время как в отдельных номерах изданий, где речь идет о совместных проектах Китая и России, двусторонних встречах, визитах официальных лиц, – ярких заголовков заметно больше. Это объясняется тем, что за последние три года Россия и Китай подписали большое количество контрактов о сотрудничестве, дали жизнь новым совместным проектам в политике, науке, культуре и военной сфере. Отметим, что информация в подобных материалах располагалась на первых полосах газет. Заголовки магическим образом притягивают внимание читателей, заинтересовывают своим оформлением и креативным содержанием.

Предметом нашего исследования являются заголовки в современной российской прессе (на материале новостей о Китае).

С теоретических позиций *актуальность* работы обусловлена недостаточной разработкой вопросов, касающихся особенностей заголовков, представляющих собой целые предложения. *Практическая направленность* исследования заключается в том, что выделенные среди заголовков тематические группы отражают наиболее развивающиеся группы лексики: в частности, номинации в политической сфере, а также позволяют сделать выводы о самых малочисленных группах.

Цель работы – описать заголовки в современной российской прессе, выделить их основные функции и проанализировать их.

В соответствии с данной целью в работе решаются следующие *задачи*:

- рассмотреть языковую специфику заголовков в газетной публицистике последних трех лет XXI века;
- представить основные функции заголовков;

- классифицировать заголовки по тематическим группам;
- выявить особенности каждой из выделенных групп и провести анализ.

Основной *метод исследования* представляет собой описательный метод, который включает в себя прием сплошной выборки лексических единиц из текстов печатных публикаций. Классификация заголовков определяется количественным методом. Таким образом, мы можем определить процентное соотношение разных частей. В данной работе также широко использовались приемы наблюдения, сопоставления и контекстуального анализа.

РАЗДЕЛ I. ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА НАИМЕНОВАНИЙ В ГАЗЕТНОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ XXI ВЕКА

1.1. Язык СМИ

Фиксировать интересный, волнующий материал, находить яркие события, быть в их центре – задачи современных работников СМИ. В период непростой политической ситуации в мире, Россия продолжает вызывать интерес событиями и фактами, в ней происходящими. Главные политические события, открытия в области медицины, прогрессивные идеи в сфере науки, культурные массовые мероприятия, становятся в центре внимания журналистов.

Безусловно, все представители СМИ стараются максимально оперативно отражать всё происходящее, поэтому они находятся в трудных условиях. Газета, как печатный источник, не может конкурировать с интернет-изданиями наравне, так как не обладает мобильностью. Но она имеет и ряд преимуществ: информация, печатаемая в еженедельных изданиях, содержит уже проверенный материал, хорошо выверенную информацию, интересные сюжеты и фотографии. Наименования-заголовки, выделенные графически и синтаксически, затрагивают читателей своей новизной и неоднозначностью. Роль СМИ в политике сложна и многогранна, существует множество средств и инструментов, предназначенных выполнять задачи информирования населения о происходящих событиях и явлениях. Еще в начале 1960-х годов канадский социолог М. Маклюэн сказал, что «средство передачи само по себе более важно, чем передаваемая им информация». С данной точки зрения его утверждение несколько преувеличено, так как содержание информативного материала должно отражать то, что содержится в заголовке и соответствовать ему. Тем не менее, политические деятели и партии, используя яркие заголовки, стараются получить массовую поддержку для своих политических целей. В период президентских выборов газеты наполнены заголовками политического характера.

Американский политолог Г. Ласуэлл в своей работе выделил четыре основные функции СМИ: наблюдение за миром (сбор и накопление информации), редактирование (отбор и комментирование информации), формирование общественного взгляда, распространение культуры. Таким образом, СМИ помогает налаживать связь и распространять информацию между людьми во всем мире. Ко всему этому нужно добавить еще одну самую важную функцию, которая заключается «в политизации общества и политическом просвещении широких слоев населения» [Гаджиев 1994: 247].

Исследования, посвященные языку и стилю газеты – языку СМИ, играют важную роль в научной литературе. Наиболее существенный вклад в этой сфере исследований внесли ученые НИУ «БелГУ» А.В. Полонский, М.Ю. Казак, Л.И. Плотникова, М.А. Дрога и другие.

На сегодняшний день как устоявшиеся, так и абсолютно новые в научном обиходе активно, свободно и порой на равных используются термины: газетно-публицистический стиль, язык СМИ, язык газеты. Кроме того, язык газеты (и язык СМИ) обычно отождествляют с газетно-публицистическим стилем. И вместе с тем в современных исследованиях массовой коммуникации чаще употребляема номинация «язык газеты», и это можно объяснить следующим: во-первых, газетный язык отличается «многостильностью» и имеет много жанров (А.Н. Васильева), во-вторых, газета содержит множество текстов, которые далеко не всегда относятся к сугубо публицистическому стилю. Безусловно, в строго терминологическом значении слова «газетно-публицистический стиль» и «язык газеты» не одинаковы, и в то же время в нестрогом значении эти слова вполне взаимозаменяемы, потому что язык газеты «является ядром публицистического стиля» (В.В. Одинцов). Если сравнивать, то публицистический стиль, помимо массовой газеты, имеет и другие сферы приложения, например, жанры ораторской речи, формы устной речи, связанные с сферой обычной жизни. Кроме того, современная газета все больше включает в себя слова и фразы, собранные из разговорной, терминологической или специальной, разговорно-сниженной речи. Отсюда следует, что в ведении языка

газеты оказываются все его стороны. «В массовой коммуникации расширились функции языка массмедиа, изменился тип автора, характер его взаимодействия с адресатом, коммуникативный статус аудитории» [Казак 2012: 26]. Стилистическое размежевание и разноплановость газет отличают российские газеты и журналы XXI века. В зависимости от типа газет, спонсоров, идеологических и мировоззренческих позиций, учредителя, рекламодателей различают: проправительственные и оппозиционные, качественные и массовые, традиционные и «желтые», молодежные и специализированные издания.

Как язык газеты, так и язык радио, теле-речь, интернет-язык, вместе считаются частным видом или частью языка СМИ. В начале XXI века в российской науке оформилась концепция языка СМИ как междисциплинарного научного направления, а сам термин стал постоянно употребим в научном обиходе. Представителями концепции языка СМИ являются коллективные монографии и публикации сборников: «Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования», «Язык массовой и межличностной коммуникации», «Язык СМИ и политика», «Лингвистика речи». Язык СМИ не только в этих но и других исследованиях считается как особый язык, который содействует языковой, социальной и культурно-исторической памяти определённых языков, используется для создания текстов массовой коммуникации, которые приобретают межнациональный характер, – особый язык оказывает влияние на формирование соответствующей картины мира в нашем общественном сознании.

Исследование языка СМИ происходит в науке с разных точек зрения, в зависимости от вид коммуникации (печать, радио, телевидение, Интернет, документальное кино). Поэтому теоретическую базу концепции языка СМИ составляет самый широкий ряд вопросов, которые относятся к различным сторонам, аспектам, коммуникативным звеньям специфики языка. В данный момент язык СМИ постоянно усложняется и разделяется в связи с усложнением научно-технических открытий, которые обуславливают коммуникативное существование общества. Средства массовой информации играют очень важную роль в современной коммуникации, обслуживая много кругов общественных

отношений (экономических, политических, культурных, нравственно-этических, религиозных). Язык газеты как разновидность массмедийного языка мгновенно отражает все те динамические действия, которые происходят вокруг. За последние годы трансформации произошли в сторону демократизации языка, отхода от официальности и ориентации, перехода на живую естественную речь.

1.2. Заголовок как коммуникативная единица газетного текста.

Функции заголовка

Языковые факты подтверждают, что самая популярная часть газетного статьи – это его заголовок. Отметим также, что «необходимые» нам слова, искомую информацию чаще всего мы встречаем именно в заголовках газетного текста.

Исследователи СМИ сходятся во мнении, что заголовок – это самый важный компонент газетной статьи, входящий в него и связанный с другими компонентами целостного произведения. Перед тем как прочитать текст, читатель обращается к его названию. Заголовок несёт конкретную информацию о содержании статьи. Заглавия газетной полосы имеют эмоциональную окраску, привлекают интерес читателя, обращают на себя внимание. Заголовок воспринимается как речевой элемент, который находится вне текста и имеют особую самостоятельность.

Важность заглавия в плане воздействия на читателя определяется тем, что оно, наряду с зачином и концовкой текста, занимает стилистически сильное место. Именно эти элементы статьи возбуждают наибольшее внимание; информация, которая содержится в заголовке, зачине, концовке, усваивается в первую очередь.

В процессе анализа разнообразных выразительных возможностей газетного заголовка, закономерно рождается вопрос о том, какие функции он выполняет в процессе восприятия газетного сообщения. В современной науке,

занимающейся исследованием языка СМИ, накоплен опыт изучения заголовков. Исследованием функций, структуры, семантических характеристик, стилистических особенностей заголовков издавна занимались и лингвисты (Н.Е. Бахарев, А.С. Попов, и др.). Исследования проводились на материале разнообразных языков, изучались специфики из различных жанров. Это значит, что такое сложное, широкое образование, как заголовок, требует постоянного изучения, привлечения новых материалов и методик. Выделяются четыре основные функции заголовка [Панина 2007: 67]:

- 1) графически-выделительная;
- 2) номинативная;
- 3) рекламная;
- 4) информативная

Также некоторые исследователи выделяют такие функции, как: оценочно-экспрессивная и интегративная. Остановимся подробнее на каждой из них.

Во-первых, заголовки отделяют части информационного материала друг от друга. На выполнение этой задачи направлены все заголовки, несущие **графически-выделительную функцию**. Эта функция – единственная, реализованная неязыковыми средствами: с помощью шрифтов, пользования цветом, графическими знаками, приёмами вёрстки. Форма заголовка привлекает непроизвольное внимание читателя, которому не нужны волевые усилия.

Во-вторых, при первом знакомстве с заголовком, перед тем как прочитать содержание всего текста, сначала будет реализоваться понимание смысла заголовка. Погружение в содержание заключается в том, что заглавия называют текст, выступают в качестве его имён, знаков. Любой заголовок называет текст, в независимости от своей структуры, реализует свою **номинативную функцию**.

Доктор филологических наук Т.Д. Орлова в своём исследовании «Теория и методика журналистского творчества» указывает на главную функцию заголовка [Орлова 2005]. После прочтения заголовка, читателю сразу должно быть ясно, о каком аспекте жизни пойдет речь в тексте (о спорте, политике,

музыке, экономике, медицине и т.д.). Представление о теме, которая обсуждается в тексте, как правило, в заголовке «сужается» до представления об отдельной сфере этой темы, – то есть до проблемы (**компрессивная функция**). Анализируя ту или иную проблему, журналист чаще всего выдвигает какую-то важную мысль (идею), что-то утверждающую или отрицающую. Поэтому в таком случае заголовок отображает идею или главный тезис автора.

Уникальность заголовка, как важнейшего компонента газетного текста, в том, что он задает читателю «направление» в чтении текста. Но кроме этого, есть и другие способы привлечения внимания к тексту. Существуют разные способы мобилизации произвольного интереса читателя через заголовки.

В-третьих, произвольное внимание к тексту привлекают заглавия, которые возбуждают целые и различную эмоции – не только интерес, но и удивление, любопытство, недоумение. При этом заголовок осуществляет **рекламную функцию**. Рекламный заголовок формирует психический настрой личности, благодаря чему активизируется внимание, которое заставляет читателя целенаправленно обратиться к газетной публикации. С языковой точки зрения рекламные заглавия можно разделить на две группы. Первая – заголовки, которые намеренно неинформативны, привлекают внимания читателя. На основе таких заголовков возникает эффект усиленного ожидания, благодаря чему читатель обращал внимание к тексту. Вторую группу составляют заглавия, привлекающие своей свежестью. Рекламная функция всегда сочетается с **экспрессивно - оценочной** или несущей информацию. На первом этапе восприятия задача заглавия – активизировать читателя, вызвать у него интерес к каким-либо явлениям. Такое восприятие заглавия создаётся благодаря тому, что реализуются графически-выделительная, номинативная, рекламная функции. При этом основная роль газетного заглавия заключается в том, чтобы привлечь внимания читателей к тексту, и позволить ему прочитать сообщение, которое содержится в газетном материале.

Название материала в первую очередь помогает осознать главный смысл произведения, и понять журналистскую концепцию. При этом, в процессе участвует заглавие выполняет свою **информативной функции**.

Заголовок не только участвует в формировании эмоционального фона газетной статьи, но и выполняет оценочно-экспрессивную функцию. Эта функция выражается в том, что эта статья дает читателю понимание, которое изначально необходимо автору. Заголовок не очень часто используется в реализации текстовых эффектов, отражающих стиль. Оценочная функция способствует тому, что заголовок раскрывает эмоции читателя, обогащает его фантазию, а также позволяет сделать акцент на отдельных смысловых и оценочных частях произведения.

Языковые факты подтверждают, что заголовок облегчает понимание текста, играя важную роль в организации языковых средств. В данном случае он выполняет **интегративную функцию**. Интеграция (связанность) как средство достижения целостности, сплочённость статьи, заставляет рассматривать его как самостоятельное единство. Заголовок облегчает чтение газетной статьи и тогда, когда он выполняет композиционную роль. Особенности содержания газетного текста: он может состоять из разных частей, глав, в зависимости от замысла автора. Заголовок выступает в качестве объединяющего звена, связывающего разные материалы под одним названием. Композиционный заголовок облегчает понимание текста, который разделяется на главы, эксплицирует связи между частями.

Ученые считают, что главная функция заголовка при закреплении содержания материала в памяти людей – номинативная. Заголовок играет свою уникальную роль на всех этапах понимания статьи: на различных этапах чтения доминирующей может быть любая функция заголовка. При полноценном осуществлении указанных функций заглавия газетной полосы в совокупности активизируют как рациональную, так и эмоциональную сторону читательского понимания, обеспечивающих действенность газеты.

В общественно-политических СМИ заголовки обычно выполняют две задачи – показывают суть содержания статьи и привлекают внимание читателя. Аудитория общественно-политического произведения, как правило, не так однородна, как аудитория делового СМИ, поэтому для привлечения внимания разных групп людей заголовки остаются не только яркими, но и точными. Заголовки подобного рода развивают интерес читателя и повышают рейтинг конкретных материалов. Но если рекламное начало не будет продолжением содержательного, смыслового содержания заголовков (или будет противоречить им), то читатель может понять, что его дезориентируют, вводят в заблуждение. А значит, и писатель, и издание могут уменьшить популярность у читателя, доверие к себе.

Еще одна важная задача заголовка – сосредоточить и акцентировать внимание людей. Для издания, которое конкурирует на рынке информации, статья с эффектными заголовками, которые привлекают внимание аудитории, означает путь к успеху на данном рынке. Журналисты даже иногда шутят, что заголовки – «дело не журналистов, а маркетологов, потому что именно они – специалисты по «продаваемости» издания» [Рыкова 2013]. Как проявляются и сочетаются перечисленные функции заголовка в СМИ разных типов?

В деловой прессе важная функция заголовка – точно передать суть проблемы, идеи, о которых идет речь в тексте. Рекламная роль заголовка в таком случае оказывается на втором плане. Почему? Прежде всего в связи с аудиторией делового издания, которое имеет специфическую особенность. Для ее читателя важной остается суть дела, а не то, насколько ярко представляет ее заголовок (хотя и это полезно): ведь деловые статьи читают с какой-то целью, а не для развлечения.

В так называемой «желтой прессе» на первое место выходит рекламная функция заголовка: обращать внимание максимально большого количества различных читателей. Именно эта сторона в заголовке очень важна для создателей и потребителей СМИ. Чтобы достичь этого журналисты часто выхватыв-

вают из контекста интригующие предложения, некорректно используют понятия, волную аудиторию, даже «на пустом месте». О чем может подумать читатель, встретив в газете заголовок: «*Что делает муж, когда жены нет дома*»? Возможно, о чем-то очень пикантном. И лишь прочитав следующие за заголовком кулинарные рецепты, он оценит интригу, заложенную лукавым автором в названии публикации. Конечно, заголовки подобного рода до поры до времени привлекают внимание публики и повышают рейтинг конкретных материалов.

Известный журналист М. Шостак в одной из глав «Сочиняем заголовки» писал: «Сегодня заголовки, как правило, строятся по нетрадиционным для российской прессы моделям. Долгое время господствовавшие принципы, согласно которым заголовки должны быть сжаты и кратки, сменились на противоположные. И вообще наступило время «авторской свободы»: в заголовки пошли аббревиатуры, цифры, имена собственные, сленг и разговорные слова, фрагменты на иностранном» [Шостак 1998: 44].

Возможности грамматического построения заголовков на данный момент настолько различны, что, имея определенный навык и теоретическую подготовку, можно создавать самые интересные образцы заглавий. По каким-то причинам современные авторы мало используют игру слов, тропы и фигуры. Это серьезное упущение, так как выразительные средства языка делают заголовок более понятным и, при умелом использовании, помогают предать заголовку скрытый смысл, раскрыть авторскую позицию. Не часто встречаются и заголовки-ссылки на литературу, хотя они имеют влияние на читателя.

1.3. Особенности информационного содержания российских газет

На сегодняшний день в России рынок печатных СМИ представлен множеством различных газетных материалов. Мы акцентировали внимание на газетах «Комсомольская правда» (далее – КП) и «Аргументы и факты» (далее – АиФ). На данный момент – это газеты, начинающие ряд массовых печатных источников, публикующих информацию на разнообразные актуальные темы:

военная сфера, общественно-политическая тематика, экономические и дипломатические отношения на международном уровне, светская хроника, и даже включающих в себя рубрику с развлечениями для читателя. Данные газеты содержат большое количество заголовков, в том числе, и заголовков о Китае.

Что касается публикаций, несущих информацию о Китае, то темами выбранных заголовков являются: политика, экономика, общество, культура, развитие медицины, различных технологий, (рыночная) экономика на международном уровне и т.д.

За последние три года было много политических событий, которые очевидно находят отражение в заголовках современных газет. Все чаще специалисты подтверждают, что Китай и Россия являются движущими стратегическими силами в мире, их сотрудничество может нарушить дипломатическое положение США.

Вслед за Национальными годами, Годами языков, Годами туризма, Годами молодежи и Годами обменов между СМИ, Китай и Россия решили с текущего года начать создать Годы межрегионального сотрудничества и обменов, с целью продолжения истории дружбы двух стран.

Китай и Россия поочередно провели пять тематических мероприятий государственного значения: Национальные годы, Годы языков, Годы туризма, Годы молодежи и Годы обменов между СМИ. Эти мероприятия внесли большой вклад в дело улучшения отношений стратегического взаимодействия и партнерства между двумя странами, укрепления сотрудничества в разных отраслях и активизации народных обменов, содействия стратегическому взаимодоверию двух стран.

Все тематические годы государственного значения вызвали большой резонанс различных общественных кругов Китая и России, а также одобрение СМИ. Это проявилось в богатстве их содержания, широкого масштаба и активного народного участия. В процессе проведения тематических годов государственного уровня были созданы тысячи мероприятий, которые охватывают

много отраслей, такие как политика, культура, экономика, военное дело, здравоохранение, торговля, образование, СМИ, наука и техника, локальные обмены и др. Все это способствует постоянному развитию и углублению гуманитарных связей между Россией и Китаем, увеличивает взаимодоверие народов двух государств, укрепляет прочную общественную основу стратегического взаимодействия и партнерства двух стран, помогает двустороннему сотрудничеству в различных сферах и на международной арене. Эта большая инициатива в истории китайско-российских отношений показала на международной арене образец, который несёт положительный заряд по созданию отношений дружбы и добрососедства между двумя странами.

Всё вышеописанное находит отражение в заголовках печатных источников: «Новая "холодная война" на троих: за что борются США, Россия и Китай», «В Китае завершили строительство самого высокого моста в мире», «Путин прибыл в Китай на переговоры по евразийской интеграции» и т.п.

Сближающиеся с каждым днем гуманитарные взаимоотношения становятся новым ярким моментом в китайско-российских дипломатических союзах. За последние годы развитие, вместе с торгово-экономическим сотрудничеством и политическим взаимодоверием, стали тремя основами китайско-российских отношений стратегического взаимодействия и партнерства. Отлаженный механизм и важный опыт, накопленный в процессе проведения тематических годов между Китаем и Россией, построили положительную основу для китайско-российского гуманитарного сотрудничества. В современных условиях необходимо продолжать продвигать развитие гуманитарных обменов и сотрудничества двух стран.

Китай и Россия – державы с просторными территориями. Межрегиональное всемирное сотрудничество играет важную роль в торгово-экономическом, политическом, гуманитарном сотрудничестве двух стран, а также значительным и неотъемлемым компонентом в деле укрепления стратегического взаимодействия и всеобъемлющего партнерства между ними. В последние годы постепенно развивается механизм сотрудничества Китая и России. По

данным СМИ, насчитывается более 130 провинций, областей и городов, в которых наладились друг с другом дружественные отношения сотрудничества. Можно быть уверенными в том, что со временем произойдут углубление и развитие сотрудничества и обменов, деловой контакт между ними в разных местах от народного уровня до официального. И специалисты в области прогнозирования сходны в том, что связи между Россией и Китаем станут более разнообразными, впечатляющими и еще более надежными.

В итоге мы пришли к выводу: можно сказать, что развитие технологий не стоит на месте, а за ними и средства массовой информации (СМИ). Газетная публицистика, которая обширно распространяется и тиражируется не только в России, но и за границей, позволяет отслеживать международные отношения, военную, политику, историческую, культурную сферу деятельности. Увеличение количества печатных изданий в России, таким образом, позволяет ориентироваться на зарубежную аудиторию. Расширения возможностей пропагандистского воздействия на другие государства имеет большое значение: в первую очередь, в выявлении основных перспектив развития страны.

РАЗДЕЛ 2. КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАГОЛОВКОВ О КИТАЕ

Двадцать первый век еще только начинался, но его уже назвали веком информационных технологий. Информационные инновации постепенно проникают во все сферы жизни, постепенно увеличивая своё влияние, в том числе на международные отношения, политику и общественную жизнь. Благодаря технологиям в области информации формируется новый уровень связей между странами мира, создаётся глобальная инфраструктура. «Современный мир подчинен негласному правилу: реальное событие только тогда существенно, когда о нем повествуется общественности посредством средств массовой информации» [Ван Сюй 2012: 3]. Отчасти современные СМИ не только отражают реальность, но и формируют её в заранее заданном тоне.

Картина мира в целом представляет собой сложное объединение ментальных единиц, относящихся сфере коммуникации и к сфере политики. Кроме стереотипов сюда входят сценарии, культуры, ценности, образы. Сам процесс формирования информационной картины мира основан в первую очередь на создании средствами массовой информации определенных представлений, образов описываемых объектов.

Если взять образ России в информационном поле Китая, и анализировать восприятие китайскими журналистами основных событий, связанных с Россией, необходимо в первую очередь обратить внимание на различия в журналистских традициях и практике КНР и Запада, которые имеют прямое отношение к культурным особенностям Китая.

Речь идет, прежде всего, о том, что первым бросается в глаза при прочтении материалов китайских СМИ, посвященных российской тематике: относительная безоценочность, часто воспринимаемая как индифферентность или нераскрытие самой темы. Но это не так. По мнению эксперта МГИМО Лузянина С.Г, для понимания китайской журналистики, следует сразу вспомнить «24 иероглифа». Во внешней политике Китая следует «хладнокровно наблюдать», «вести себя скромно», «не претендовать на лидерство», «выжидать в тени» и «крепко стоять на ногах». Редактор газеты «Гуанмин жибао» в

Москве Ван Цзябо так поясняет сдержанность китайских корреспондентов в оценке, например, отношений между Западом и Россией: «Осторожность, с которой китайские СМИ подходят к этим вопросам, связана с национальным характером. Если китайцы замечают ошибки, недостатки собеседника или какие-либо другие не очень приятные моменты, связанные с ним, то стараются не высказывать никаких замечаний и наблюдать. Таков китайский национальный характер. Когда речь идет о политике и международных делах, в Китае традиционно принято быть еще более осторожным» [Образ России в китайских СМИ].

Другой важной особенностью китайского медиаполя является его редкая для нашего времени независимость от информационного поля остальной части планеты, где СМИ уже давно впитали в себя основные плоды эпохи глобализации.

Наибольшее внимание китайские СМИ ожидаемо уделяют двум аспектам визита из России: политическому и экономическому. В первом случае всячески подчеркивается влияние визита на международные отношения, а именно важность отношений двух держав для всего мирового порядка. Тональность статей – позитивная, большинство выводов – оптимистичные. Журналисты отмечают, что Россия и Китай, выразив в очередной раз приверженность принципам международного права, оказывают положительное влияние на международные отношения и, с одной стороны, «обеспечивают гарантию соблюдения мирового баланса сил» («Вэньвэйбао», 26.06.2016), а с другой, способствуют созданию нового мирового порядка, «основанного на взаимовыгодном сотрудничестве» («Жэньминь жибао», 27.06.2016). Если говорить об экономическом аспекте, то хотя китайские медиа и придерживаются общего политико-культурного принципа «теплые отношения в политике, но прохладные в экономике», в публикациях наблюдается гораздо больший оптимизм, чем обычно.

2.1. Названия, относящиеся к сфере политики

Говоря об общем положении дел в российско-китайском взаимодействии, китайские СМИ подчеркивают, что отношения «находятся на лучшем этапе своего развития» и «могут стать образцом отношений держав в XXI веке» (Сина, 09.03.2015/«Хуаньцю шибао», 09.05.2015).

Данные суждения напрямую свидетельствуют о высоком уровне и стратегическом значении двусторонних отношений. Посол КНР в РФ Ли Хуэй в 2015 году воспользовался двумя лаконичными фразами для описания российско-китайского сотрудничества: «Славная история. Блестящее будущее» («Жэньминьван», 05.05.2015).

Китайские СМИ видят в сближении двух стран взаимную политическую поддержку, а конкретно деловое сотрудничество, высокий уровень двусторонних отношений, гуманитарные связи:

Новая «холодная война» на троих: за что борются США, Россия и Китай. КП выясняла, почему крупнейшие мировые державы вдруг начали играть мускулами. КП, 31.07.2017.

Председатель Китая Си Цзиньпин превращается в «красного императора». Прошедший в Пекине съезд Компартии Китая (КПК) приравнял нынешнего китайского лидера к Мао Цзедуну. КП, 24.10. 2017.

В качестве важной составляющей части китайско-российских отношений всеобъемлющего стратегического взаимодействия и партнерства, деловое сотрудничество приносит двум государствам и их народам реальную пользу:

Путин прибыл в Китай на переговоры по евразийской интеграции. КП, 25.06.2016.

Благодаря улучшению экономической ситуации в России и росту цен базовых товаров на международном рынке, с самого начала 2017 года наблюдается двузначный рост двустороннего товарооборота. Это, безусловно, свидетельствует о большом потенциале и тесного взаимодополняемого торгово-экономического взаимодействия двух стран.

Китай подряд восемь лет является крупнейшим в мире торговым партнером России, а Россия – крупнейшим поставщиком сырой нефти и электроэнергии в Поднебесную.

КНР намерена модернизировать отечественную энергетику. КП, 13.09.2016.

Китай прекратил поставлять в КНДР газ. С 23 сентября в рамках выполнения резолюции СБ ООН Китай прекращает поставки газового конденсата и сжиженного природного газа в КНДР. КП, 23.09.2017.

Китай и Россия с 20 марта 2017 года, добились нового прорыва в инвестиционном сотрудничестве. В конце года была введена в эксплуатацию первая производственная линия по производству сжиженного природного газа (СПГ): важного китайско-российского проекта по энергетическому сотрудничеству «Ямал СПГ», что является важным для сотрудничества между странами.

ГУМАНИТАРНЫЕ СВЯЗИ

Китай занимает первое место в рейтинге среди стран, которые, по мнению жителей России, являются самыми важными и ценными партнерами для России. Именно с Китаем у России складываются наиболее дружественные отношения, считают 62 процента респондентов. Об этом свидетельствуют итоги опроса, проведенного фондом «Общественное мнение» в середине 2017 года среди 1500 опрошенных в 104 населенных пунктах страны.

Концепция «Навеки друзья» укоренилась в России и Китае, естественно, за счет усиления двусторонних гуманитарных связей:

Китай взял курс на углубление отношений с Россией. КП, 25.12.2017.

Отношения России и Китая достигли беспрецедентного уровня. АиФ, 08.05.2018.

Но содержание заглавий об отношениях России и Китая не всегда имеет положительную окраску. Чтобы заинтриговать читателя, журналисты прибегают к вопросительным предложениям в заголовках. Проиллюстрируем:

В какие карты играет Китай? Стоит ли России опасаться восточного соседа? АиФ, 18.10.2017.

Анализ заглавий российских газет позволил сделать вывод, что Китай упоминается не только в контексте отношений с Россией. Совместные проекты у этой страны есть и с другими странами. Приведем пример:

США и Китай договорились о новых санкциях против КНДР. КП, 25.02.2016.

Китай планирует принимать активное участие в восстановлении Сирии. В настоящий момент Пекин уже перечислил Дамаску несколько крупных пожертвований на развитие местного здравоохранения. КП, 12.02.18.

Китай заплатит 30 миллионов долларов за уничтожение Большого барьерного рифа. Вся сумма будет направлена властям Австралии на восстановление экологии. КП, 08.09.2016.

Китай обвинил флот США в незаконном вторжении. Американский корабль появился в территориальных водах КНР без разрешения. КП, 30.01.2016.

Китай вернул США подводный дрон. Два государства решили конфликт. КП, 20.12.2016.

Украина отправит первый поезд в Китай в обход России 15 января. КП, 06.01.2016.

Украина и Китай договорились об упрощении поездок. АиФ, 10.05.2016.

Китай передаст Украине 50 машин скорой помощи. Помощь Киеву предоставляется безвозмездно. КП, 21.10. 2016.

Китай вновь обвинил Индию в стягивании вооружения на границу: «Может быть война». С июня на спорном плато Доклам находятся индийские войска и строится дорожная инфраструктура. Пекин видит в этом эскалацию замороженного конфликта и делает заявления. КП, 04.08.2017.

Китай назвал провокацией маневры американского эсминца в Южно-Китайском море. На остров Трайтон, чья площадь чуть превышает 1 квадратный километр, претендуют Китай, Тайвань и Вьетнам. КП, 03.07.2017.

Китай купил Украинский банк реконструкции и развития. Покупателей для украинского банка удалось найти лишь со второго раза. КП, 09.06.2017.

Перечисленные примеры свидетельствуют о том, что заголовки обладают эмоциональной окраской: как положительной, так и отрицательной. Отмечаются заглавия, в которых инициатива исходит не со стороны Китая. То есть заглавие отражает информацию, в которой речь идет о действиях, направленных на Китай. Например:

Трамп раскритиковал экономическую политику Китая. КП, 05.12.2016.

Китайцы хотят приватизировать украинскую шахту. КП, 05.09. 2016.

Китай прекратил все военные контакты с КНДР. В китайском оборонном ведомстве оценивают текущую ситуацию в Северной Корее как хаотичную. КП, 05.12. 2017.

Внутреннюю политику Китая можно охарактеризовать через понятия стабильности, реформы, открытости. Главным приоритетом является стабильность. Без нее невозможны любые иные начинания. Свидетельство тому – наличие в прессе подобного рода заголовков:

В Китае запретили использовать WhatsApp. Проблемы в работе приложения начались еще в минувшее воскресенье. КП, 25.09.2017.

Реформа правительственных институтов и их линии поведения, операции управляющих, работа с кадрами и руководящая политика, работа и обустройство сельских областей, избирательной системы, работы государства и партии и антикоррупционные процедуры привели к возникновению очень серьезной ситуации.

Если эта работа не будет проведена успешно, судьба партии и Китая будет поставлена на карту, поскольку это отделит партию и правительство от народа. В то время как цель реформы заключается в том, чтобы еще лучше служить народу. И в процессе реформирования главный приоритет отдается народу.

Будут предприниматься меры по усилению открытости страны, ибо для Китая – это единственный путь интегрироваться в международное сообщество.

Благодаря этому, Китай может иметь постоянный обмен с внешним миром и учиться лучшему у других народов.

Китай активно продвигает свое влияние на международной арене, принимает участие в международных саммитах, форумах и организациях, где продвигает свое видение многостороннего мира. Китай также старается акцентировать внимание стран на том, что экономическое сотрудничество должно активно обсуждаться внутри организаций, так как именно через экономическое сотрудничество Китай активно продвигает свою «мягкую силу».

В частности, именно те темы, которые касаются коррупции в стране, очень популярны и привлекают большое внимание читателя к текстам:

В Китае чиновнику-коррупционеру дали пожизненное. КП, 12.10.2016.

Определений коррупции много, однако, в международно-правовых документах ООН и Совета Европы: коррупция – это злоупотребление государственной властью для получения выгоды в личных целях, в целях третьих лиц или групп. Из этого определения видно, что коррупция выходит за пределы взяточничества. Кроме него, она включает многочисленные формы незаконного присвоения публичных средств для частного использования.

Лидер КНР Си Цзиньпин провозгласил масштабную общенациональную кампанию по повсеместному искоренению коррупции на низовом уровне. По мнению китайского руководства, низовая коррупция наносит ущерб авторитету Коммунистической партии. И препятствует выполнению амбициозного обещания самого Си к 2020 году полностью искоренить в стране бедность:

В Китае начали выпускать игральные карты с портретами киберпреступников. Таким образом, по мнению полиции провинции Гуанси-Чжуань, удастся поймать подозреваемых намного быстрее. КП, 10.01.2016.

В кампанию вовлечены три десятка высших партийных и государственных органов КНР, и проводится она главным образом на уровне уездов. На закрытом заседании Центральной комиссии по проверке дисциплины генсек ЦК КПК предупредил о сговоре между лидерами триад и теми местными чи-

новниками, которые погрязли в связях с мафией. Это, по его словам, подрывает руководящую роль партии. Поэтому, заявил Си Цзиньпин, надо уничтожать и «тигров», и «мух» – то есть не только крупных коррупционеров в центре, но и мелких на местах.

«Основной антикоррупционный лозунг китайской компартии – «Выметать грязь, уничтожать зло». В опубликованных документах ничего не говорится о сворачивании борьбы с «тиграми». Речь идет не о переносе кампании на региональный уровень, а о ее расширении вплоть до этого уровня. Теперь власти намерены охотиться за организованными преступными группировками (ОПГ) непосредственно в уездах, а не только за их столичными покровителями», – поясняет главный научный сотрудник Казахстанского института стратегических исследований Константин Сыроежкин.

Последние десять лет Китай считается лучшей в мире страной по количеству проведенных расследований и отданных под суд взяточников и коррупционеров. По данным рабочего доклада Верховной народной прокуратуры КНР, ежегодно в Китае проводятся расследования и принимаются судебные решения в отношении примерно сорока тысяч коррупционеров. Среди них чиновников уездного уровня более двух тысяч человек, ведомственных кадров – более двухсот человек и пять-шесть человек из руководящих звеньев регионального и центрального уровня.

2.2. Названия, относящиеся к сфере науки и техники

ИННОВАЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ

Говоря о сотрудничестве России и Китая, журналисты отмечают большие перспективы в ряде областей, таких как инновации и высокие технологии, которые в итоге будут способствовать развитию проекта «Один пояс, один путь». В 2017 году Китай достиг больших успехов в области науки, техники и строительства инфраструктуры:

750 метров дороги в час. Почему Китай строит за неделю то, что мы за год. АиФ, 05.02.2018.

В приведенном примере речь идет о высокой скорости строительства дорог в Китае. Президент России, узнав о таком высоком темпе прокладывания дорог, выразил недоумение по поводу российских медленных технологий.

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

Взаимодействие России и Китая в научно-технической сфере осуществляется в различных формах, например, это совместные проекты и предприятия, обмен студентами вузов и университетов, конференций и симпозиумов.

Одним из приоритетных направлений сотрудничества между Россией и Китаем является укрепление взаимодействия в сфере инноваций, а также расширение практического сотрудничества в научно-технической области между научными центрами, академическими институтами и технопарками. Так, в Шанхае в октябре 2016 г. прошел седьмой Международный инновационный форум «Пуцзян», организованный Министерством науки и технологий КНР и мэрией Шанхая.

В сентябре 2017 в городе Шэньчжэнь провинции Гуандун на юге Китая состоялась официальная церемония открытия первого учебного года. В новом вузе, созданном на базе МГУ имени М. В. Ломоносова и Пекинского политехнического университета, обучаются 113 первых студентов.

Китайские СМИ, цитируя слова вице-премьера Госсовета КНР Ван Яна, отмечают, что «Китай уделяет пристальное внимание усилению стратегического сотрудничества с Россией, совместному совершенствованию потенциала и конкурентоспособности двух стран» («Вэньвэйбао» 09.07.2015).

Развитие китайской науки опережает все прогнозы, Китай стремится к созданию и внедрению новейших инновационных технологий во всех сферах промышленности. Несомненно, в современных условиях финансового кризиса, когда все развитие страны сокращают расходы на научные исследования, сравнительно недорогие китайские технологии имеют шансы на успех. Можно предположить, что в будущем китайские технологии, развиваясь такими темпами, смогут занять лидирующие позиции и вырасти в стоимости.

Китай начал строительство первой в мире плавучей АЭС. Она будет введена в эксплуатацию в 2019 году. КП, 08.11.2016.

В Китае завершили строительство самого высокого моста в мире. Высота моста над рекой составляет 565 метров, а длина – 1,341 километра. КП, 12.09.2016.

В Китае испытали автобус, под которым могут проезжать автомобили. КП, 03.08.2016.

Китай сделал вызов пробкам на дорогах, создав автобус 21 века. Огромный электробус будет охватывать две полосы движения и перевозить до 1400 пассажиров. КП, 27.05.2016.

В Китае робот впервые сдал экзамен на врача, он получит диплом и практику. В начале 2018 года машина приступит к работе с реальными пациентами. Экзамен робот сдал за час, тогда как регламентом на это отводится 10 часов. КП, 20.11.2017.

Скандалный итальянский хирург «успешно пересадил» голову трупу. По словам Канаверо, теперь операция по пересадке головы живого человека «неотвратима» уже в ближайшем будущем. КП, 17.11.2017.

В Китае создали полностью невидимые чернила. Эти чернила можно использовать для защиты секретных документов и различных ценных бумаг. КП, 31.10.2017.

В Китае создали беспилотный трамвай, который ездит без рельсов. По сути транспорт является гибридом трамвая, автобуса и поезда. КП, 06.06.2017.

Среди заглавий, имеющих в нашей картотеке, есть заголовки, содержащие информацию о будущем науки, о перспективах в ее развитии. К примеру, в следующем заголовке журналисты описывают проект, который начнет свою работу через два года:

В Китае построят первый в мире город-лес. Проект планируют реализовать уже к 2020 году. КП, 26.06.2017.

В Китае планируют разработать зубную щетку, способную генерировать биткоины. КП, 29.05.2017.

Немало заголовков, несущих информацию о каких-либо высоких достижениях, рекордах в сфере науки и техники:

Китайские инженеры завершили строительство двух лайнеров C919, — последняя попытка Китая победить монополию Airbus и Boeing. В прошлом году самолет прошел несколько летных испытаний. КП, 01.06.2017.

Китайский новейший пилотируемый подводный корабль Shenhai Yongshi или Deep-sea Warrior, достиг глубины 4500 метров в течение 49-дневной экспедиции по Южно-Китайскому морю. КП, 20.05.2017.

В железнодорожном секторе была официально введена в эксплуатацию серия CR400, одного из самых скоростных колесных поездов в мире. CR400 разгоняется до 350 км/ч. КП, 10.05.2017.

В Китае открыли крупнейший в мире завод по производству лифтов. КП, 03.03.2017.

В Китае заработал гигантский радиотелескоп FAST. Его диаметр составляет 500 метров, а стоимость проекта – 180 миллионов долларов. КП, 25.09.2016.

Гигантский радиотелескоп FAST, о котором так много говорится в газетах, как об одном из самых больших в мире радиотелескопов, уже стал символом китайских передовых техник и наук. По мнению экспертов, этот гигантский научный инструмент демонстрирует амбиции Китая в исследованиях космоса и стремление добиться международного признания передовой китайской науки. Строительство телескопа с неофициальным названием «Небесный глаз», заняло пять лет и обошлось в 180 млн. долларов. Радиотелескоп FAST диаметром 500 метров превосходит по размеру 305-метровую обсерваторию, радиотелескоп Аресибо в Пуэрто-Рико, которая считалась крупнейшей в мире в течение последних 53-х лет. Здесь нужно заметить, что российский радиотелескоп РАТАН-600 имеет диаметр 576 метров, но его апертура не заполнена.

Таким образом, именно Аресибо и FAST являются крупнейшими в мире радиотелескопами с заполненной апертурой.

На торжественную церемонию запуска FAST в провинцию Пинтан съехались сотни учёных и энтузиастов астрономии со всей страны. Президент Китая поздравил учёных, инженеров и строителей, которые довели до конца самый сложный технический проект.

В Китае построили крупнейший в мире телескоп. Закончено строительство телескопа FAST, самого большого в мире телескопа. КП, 08.07.2016.

Среди основных задач телескопа FAST называются поиск гравитационных волн, радиоизлучения от звезд и галактик, обнаружение сигналов от внеземных цивилизаций. «Конечная цель FAST – открыть законы развития Вселенной, - сказал Цянь Лей (Qian Lei), младший научный сотрудник Национальных астрономических обсерваторий Китайской академии наук в интервью местному телевидению. — Теоретически, если в космосе есть развитая цивилизация, то радиосигнал от неё будет похож на сигнал, который мы можем принимать от пульсара».

Китайские астрономы получают приоритет для работы на FAST в первые два-три года его существования, затем объект обещают открыть для учёных со всего мира.

Китай тратит миллиарды долларов на гигантские космические проекты. Таким бюджетам могут позавидовать даже американские научные коллективы, не говоря уже о европейской и российской науке, которая получает очень скромные суммы от государства.

7 марта 2017 года с космодрома Ванчан в провинции Хайнань был запущен первый грузовой космический корабль страны, Tianzhou 1, а по совместительству еще и крупнейший китайский космический корабль. КП, 07.03.2017.

Китайцы запустили на орбиту Земли вторую обитаемую космическую станцию. В октябре придут двое тайконавтов, которые проведут на ней ряд исследований. КП, 10.09.2016.

В сентябре этого года Китай запустил на орбиту свою вторую космическую лабораторию «Тяньгун-2» («Небесный дворец – 2») размером 10,4 метра (диаметр 3,34 метра), которая в целом аналогична по размерам и функциям советским орбитальным станциям второго поколения «Салют-6» и «Салют-7»:

Китай успешно запустил в космос свою самую мощную ракету. Все ступени благополучно отделились в штатном режиме. КП, 03.11.2016.

В середине октября Китай планирует отправить на станцию двух космонавтов. На середину апреля 2017 года был запланирован запуск грузового космического корабля «Тяньчжоу-1», который доставит на станцию топливо и другие материалы. В ближайшие годы Китай планирует построить на орбите космическую станцию третьего поколения. Программа рассчитана на несколько этапов до 2020-2022 года.

2.3. Названия, относящиеся к военной сфере

Традиционно китайские СМИ уделяют пристальное внимание военно-техническому сотрудничеству России и Китая. В Китае интерес к данной теме крайне высок, поэтому многие китайские издания намеренно выносят статьи, посвященные вооружению, на первые страницы. Особый интерес уделяется современной военной технике, к примеру, самолетам «СУ-35» и закупке их Китаем. Важной и широко освещаемой темой в китайских СМИ стали прошедшие в сентябре 2016 года совместные военные учения «Морское взаимодействие» в Южно-Китайском море, которые проводятся с 2012 года и, как считают китайские медиа, «являются важной составной частью двусторонних отношений и отражают высокий уровень взаимного доверия и стратегического сотрудничества между двумя странами. В настоящее время военное сотрудничество между Россией и Китаем сохраняет стабильно хорошую динамику» («Хуаньцю шибао», 29.07.2016).

Тема военной техники привлекает внимание СМИ Китая и в связи с неспокойной ситуацией в Южно-Китайском море, считают специалисты.

В настоящее время военное сотрудничество между Китаем и РФ развивается по многим направлениям, включая подготовку китайских военных специалистов, обмен военными делегациями, взаимные визиты боевых кораблей, установление механизма консультаций по вопросам стратегической безопасности, ставшего важным каналом координации российско-китайского взаимодействия в этой сфере. Пример заголовков, взятых из печатного источника «Комсомольская правда»:

Россия и Китай будут плечом к плечу защищать мир на планете. С официальным визитом в нашей стране побывал главный китайский военачальник. КП, 11.06.2016.

Китай завершил постройку корпуса своего второго авианосца. Пока в флот страны имеет только один авианосец, купленный в Украине. КП, 28.10.2016.

Китай заложил рекордно низкие военные расходы. Впервые за 6 лет бюджет армии повысили всего на 7,6% - до 146 миллиардов долларов. КП, 10.03.2016.

Китай на параде представил новую баллистическую ракету. Дальность действия достигает десяти тысяч километров. КП, 30.7.2017.

Пекин запланировал самые низкие за последние годы темпы роста расходов на оборону: в 2017 году они увеличатся на 7%. Тем не менее в абсолютном выражении расходы на армию впервые превысят 1 трлн юаней.

В 2017 году Китай увеличил расходы на оборону на 7%, военных бюджет страны составил примерно 1,3% ВВП, рассказала официальный представитель высшего законодательного органа страны Всекитайского собрания народных представителей (ВСНП) Фу Ин, сообщает Reuters. Окончательное решение будет принято в ходе ежегодной сессии ВСНП, которая начнется в воскресенье, 5 марта.

По данным агентства, военный бюджет Китая в 2016 году составил более 954 млрд юаней (более \$138 млрд), с учетом запланированного роста в 2017 году он превысит триллион юаней. В то же время агентство отмечает,

что официальные показатели не отражают реальные расходы на оборону, которые на самом деле гораздо выше официальных показателей.

Рост военных расходов КНР второй год подряд будет ниже 10% (в 2016 году он составил 7,6%), ранее в течение нескольких лет расходы на оборону росли темпами, превышающими 10% в год.

Как ранее писал РБК, в 2015 году рост военного бюджета был запланирован на уровне 10%, в 2014 году он увеличился на 12,2%. Рост расходов на оборону в 2013 году составил 10,7%, в 2012-м они увеличились на 11,2%, а в 2011 году – на 12,7%.

Военный бюджет Китая в абсолютном выражении является вторым по величине в мире, уступая по этому показателю только США. Администрация президента Дональда Трампа предложила увеличить военные расходы на 10%, до \$603 млрд, в следующем году.

Согласно выпущенному в декабре 2016 года докладу Annual Defence Budgets Report военно-аналитического издания IHS Jane's (группа IHS Markit), в результате сокращения оборонных расходов Россия откатилась с четвертого на шестое место в мире по размеру военного бюджета. Россию по этому показателю обогнали Индия и Саудовская Аравия.

2.4. Названия, относящиеся к сфере экономики

РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИКА И ЗАПАДНЫЕ САНКЦИИ

По мнению российских экспертов, Китай пристально следит за экономической ситуацией в России и заинтересован в ее улучшении. Андрей Островский, заместитель Директора Института Дальнего Востока РАН, указывает на то, что китайцы в этой связи придерживаются принципа «плохо у соседей, значит, и у нас самих могут быть проблемы». Александр Лукин, доктор исторических наук, руководитель департамента международных отношений Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», ди-

ректор Центра исследований Восточной Азии и ШОС МГИМО(У) МИД России в беседе с ФБА «Экономика сегодня» отметил, что с 2015 года Китай является главным российским партнером.

В свете активного развития российско-китайских двусторонних отношений особое место занимает проект экономического развития «Один пояс, один путь» – инициатива объединенных проектов создания «Экономического пояса Шелкового пути» и «Морского Шелкового пути XXI века». Ожидается, что данная инициатива будет способствовать укреплению российско-китайского двустороннего сотрудничества. Посол КНР в РФ Ли Хуэй отмечает, что «Россия является ключевым государством, без которого проект «Один пояс, один путь» не может быть воплощен в жизнь» («Жэньминь жибао», 28.04.2016).

Говоря об обсуждении в китайских СМИ экономической ситуации в России, стоит упомянуть мнение бывшего главы московского бюро газеты «Вэньвэйбао» Сунь Чаньдуна, который объясняет пристальное внимание СМИ к российской экономике тем, что «в ней происходят сильные скачки, а СМИ обращают внимание на резкие изменения в той или иной сфере».

СОТРУДНИЧЕСТВО В ВАЛЮТНО-ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ

Для повышения уровня и расширения сфер российско-китайского практического сотрудничества страны намерены предпринять новые шаги в валютно-финансовой сфере: налаживание тесного взаимодействия в финансовой сфере, включая увеличение объёмов прямых расчётов в национальных валютах России и Китая в торговле, инвестициях и кредитовании, углубление диалога по вопросам макроэкономической политики.

Минэнерго договорилось с Китаем о 2 млрд инвестиций. КП, 22.09.2016.

Китай отказывается от украинского зерна из-за жуков и вирусов. Некоторые партии посевных культур могут не попасть на китайский рынок из-за вредителей. КП, 30.08.2016.

Китай и Австралия продлят срок действия двустороннего соглашения о валютном свопе. КП, 01.03.2017.

10 вещей, которые не стоит покупать на Aliexpress. КП, 11.07.2017. Заманчивые цены и красивые картинки китайских продавцов не всегда означают, что покупатель получит именно то, что ожидает. Нередко можно потерять и деньги и товар.

Россия сама проглотит Китай. Что в КНР думают о газовом «контракте века». АиФ, 15.10.2017.

В июле на Дальнем Востоке создадут центр поддержки инвесторов из Поднебесной. КП, 01.06.17.

ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

Российско-китайское сотрудничество в энергетической сфере в последние годы вышло на качественно новый, «стратегический» уровень, о чём можно судить по количеству и масштабу проектов и подписанных двусторонних соглашений в данной области. Китай, который является одним из крупнейших мировых энергопотребителей, заинтересован в обеспечении энергетической безопасности и поддержании высоких темпов роста экономики, относительно энергоёмкой на данной этапе. Для России, как для одного из крупнейших поставщиков энергоресурсов, сотрудничество с Китаем в данной сфере предоставляет возможность диверсификации направлений экспорта энергоресурсов, а что еще важнее – стимул для инфраструктурного развития дальневосточных и сибирских регионов страны. Рассматривая нефтегазовую сферу, которую по праву можно назвать основным направлением российско-китайского энергетического сотрудничества, следует отметить совместные проекты трубопроводных поставок углеводородов из РФ в КНР.

Сила ветра и солнца. «Чистая» энергетика Китая стала мощнее всей российской электроэнергетики. АиФ, 12.02.2018.

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ

Десять лет назад китайские товары приезжали в Россию в характерных клетчатых сумках, и люди покупали эти товары на рынках. Интернет изменил казавшуюся вечной индустрию: в прошлом году AliExpress стал крупнейшим

по посещаемости онлайн-магазином в России, обогнав eBay, Ozon и «Юл-март». Теперь граждане объединяются в соцсетях и получают китайские товары AliExpress через «Почту России» – почти на \$2 млрд в год. По данным TNS Russia, на сайт ежемесячно из России заходят 16 млн посетителей (по данным SimilarWeb, намного больше – 55 млн). Для сравнения: аудитория американского eBay, открывшего представительство в России на два года раньше Ali, – 8,2 млн, а у Ozon.ru – 8,5 млн.

На AliExpress россияне покупают одежду, мелкую электронику и компьютерные аксессуары, сувениры и подарки. Больше половины пользователей приходит из регионов, притом что в магазинах-конкурентах чаще совершают покупки москвичи и петербуржцы. «Секрет» разобрался, как китайцы незаметно совершили великий перелом в торговле.

Знание о доступных китайских товарах распространяется прежде всего по соцсетям. По запросу AliExpress в «ВКонтакте» находится 5 628 сообществ. В российских городах – Уфа, Ростов-на-Дону, Псков, Сургут и другие – пользователи создают группы, чтобы хвалиться покупками. У официального сообщества больше полутора миллионов подписчиков.

AliExpress на форумах нежно называют «Алик». Ирек, молодой парень из села Муслумово в Татарстане, говорит: «С год назад много людей начали самостоятельно заказывать с AliExpress, я сам прорекламиривал сайт знакомым, чтоб подешевле покупали». Александр из Кургана – посредник, он помогает покупать на сайте тем, кто плохо разбирается в интернете. Говорит, в основном заказывают одежду, в среднем на 300–1000 рублей.

«Коллега на работе хотела заказать купальник, выбирала-выбирала, в итоге это увидела директор... и они начали выбирать купальник ещё и ей. Потом девушка из соседнего отдела присоединилась», – покупатель AliExpress из Чебоксар рассказывает, как совместные покупки стали важной частью досуга. Ксения, журналист из Барнаула, узнала об «Али» от пятидесятилетних роди-

телей, а они – от знакомых. Её семья заказывает в Китае разные мелочи: силиконовые крышки, электробритву, пылесос для клавиатуры, «оказавшийся редкостной музой, но за 40 рублей, поэтому никто не расстроился».

По подсчётам «Секрета», валовый оборот AliExpress в России ежемесячно составляет \$120 млн (от этой суммы AliExpress получает комиссию 5%). Герман Клименко, глава сервиса Liveinternet и ассоциации АРЭК, уверен, что AliExpress стал популярен благодаря низким ценам. В регионах доверия к интернет-покупкам меньше, чем в Москве, но небольшой суммой пользователи готовы рискнуть. На «Яндекс.Маркете» самый дешёвый чехол для iPhone стоит 390 рублей, на китайском сайте – 27 рублей. Цена доставки чаще всего уже включена в стоимость.

У китайцев можно заказать «наручные кварцевые часы женские модные» за \$2, «печатных свободного покроя платье женщины летние цветочные мода печать шифон» за \$7, «женское кольцо 18 карат с покрытием из розового золота и платины с австрийским кристаллом» за \$1,48. Описания товаров – как стихи. «Нас ругали за переводы, и мы ввели подсказки для поиска – видно, что ищут покупатели. В слове «леггинсы» делают много орфографических ошибок. Мы с нашими клиентами стоим друг друга», – смеётся директор по развитию AliExpress в России и СНГ Марк Завадский. Частая проблема Aliexpress в том, что идеальные товары на фотографиях в реальности сложно узнать. «ШОК !!! Что выросло из семян, заказанных в Китае на Aliexpress», – симпатичная женщина показывает растения на своём огороде.

В AliExpress объясняют стремительный рост сарафанным радио. Заказы приходят даже из самого северного города России Певека, но кормят компанию крупные города. По данным AliExpress, чаще всего на площадке заказывают жители Москвы, Петербурга, Краснодар, Уфы, Новосибирска, Екатеринбурга и Воронежа. В 2014 году валовый оборот компании по всему миру составил \$4,5 млрд. B2C-продажи за рубежом, которые в основном осуществляет AliExpress, – это 2% в общем обороте группы Alibaba. Главные рынки для «Али» – Россия и Бразилия, на третьем месте – США. «Как конкурент с ними

за рекламные каналы мы видим, что они присутствуют во всех каналах, гонят трафик, не всегда легальный, делают абсолютно всё», – говорит Владимир Хозяников, руководитель проекта KupiVIP. Aliexpress не раскрывает, сколько денег уходит на рекламу в России. По данным главного аналитика Price.ru Алексея Петровского, в 2014 году компания больше всех из интернет-магазинов инвестировала в продвижение – в среднем \$4 млн в месяц.

Об общей ситуации в торгово-экономических отношениях России и Китая говорится в следующих заголовках:

Город сказочной халявы – Суйфэньхэ. Все китайцы продавцы – таксисты – полицейские отлично говорят по-русски. В магазинах свободно принимают рубли. Ценники и вывески – на русском. КП, 15.02.2017.

Сотни фур везут в Китай бревна из России. В обратную сторону на автобусах тянутся наши челноки, волокущие огромные сумки с одеждой. КП, 11.03.2017.

2.5. Названия, относящиеся к сфере обычной жизни

В современности изменились принципы диалогичности между культурами. Единое глобальное коммуникативное пространство создает абсолютно иные условия для общения. В Китае с развитием Интернета и других электронных средств массовой информации и коммуникации территориальность перестала являться главным организующим принципом жизни человека в определенном пространстве: люди освобождаются от тесной привязки к своему кругу общения и с легкостью осваивают новые пространственные коммуникации. Всеобщий процесс глобализации затронул Китай, ослабив географические ограничения и социальное и культурное устройство, тем самым подстегнув процесс индивидуализации извне.

Сама структура китайского общества, несмотря на процесс индивидуализации и влияние глобализации, все еще остается в целом неизменной.

Ценности Запада плавно были заимствованы китайцами, и они наслоились на традиционные китайские культурные традиции, составив интересную

картину симбиоза восточной и западной культур. Люди в Китае четко осознают происходящую социальную трансформацию и стараются строить свою жизнь: китайцы усваивают новые ценности, появляются новые правила поведения, близкие скорее к европейскому сообществу, что обуславливает расширение процесса взаимодействия между культурами и его интенсивность. Одним из примеров служит борьба за чистоту городского пространства (китайцам запрещается плевать на улице, хотя это привычка любого китайца, поддерживаемая традициями) в преддверии летней Олимпиады 2008 года, которая пройдет в Пекине. Параллельно Китай привносит элементы своего своеобразия в мировое сообщество и тем самым происходит все большее сближение и понимание между разными культурами.

В Китае свиньи соревновались в прыжках в воду. КП, 05.10.2016.

Как правильно отмечать китайский Новый год и когда загадывать желания. Специалист по фэн-шуй и ведический астролог рассказали "КП" в Украине" обо всех тонкостях праздника. КП, 05.02.2016.

В Китае возвели гигантского Мао Цзэдуна. Статуя высится в провинции, которая при правлении партийного лидера больше всего пострадала от голода. КП, 06.01.2016.

Заголовки, встреченные в газетах, говорят о том, что с лексической точки зрения частотны не только субстантивы, но и прилагательные, обозначающие китайское:

В китайском заповеднике собака начала выкармливать тигрят. Маленькие хищники кормятся грудным молоком вместе с родными щенятами собаки. КП, 15.06.2017.

«Голый костюм» Лолиты можно найти в Интернете и со скидкой. На китайском сайте похожие прозрачные комбинезоны стоят в районе 400 гривен. КП, 02.8.2017.

В Китае 400 пенсионерок приняли участие в конкурсе бикини. Соревнование для женщин в возрасте прошло на территории городского водного

парка. В конкурсе приняли участие женщины, которым исполнилось 55 лет и более. КП, 26.07.2017.

В подобных заголовках журналисты проявляют креативность, подбирая интересные сюжеты и заголовки для их описания. В таких названиях иронический (юмористический) подтекст, выражение субъективного отношения в происходящем явлениям.

В Китае открылся фестиваль собачьего мяса, несмотря на слухи о запрете. Поклонники собачатины уверяют, что она ничем не отличается от свинины или говядины. КП, 21.06.2017.

В описываемую группу заголовков мы включили названия, обозначающие предметы и явления из культурной жизни Китая. Например:

В Китае нашли тысячелетнюю шкатулку с прахом Будды. На находку наткнулись местные жители во время ремонта дорог. КП, 15.11. 2017.

В Китае найден гигантский гриб с несколькими шляпками. Высота находки составила 83,5 сантиметра, а диаметр шляпки 40 сантиметров. КП, 23.10.2017.

«Мисс Украина-2017» улетела в Китай на Всемирный конкурс красоты. У украинской красавицы на конкурсе будет 119 конкуренток. КП, 20.10.2017.

Рукописи Мао Цзэдуна о литературе продали с молотка почти за 1 миллион долларов. Китайский государственный деятель написал их за год до смерти, когда его здоровье заметно ухудшилось. КП, 11.7. 2017.

Над Китаем видели загадочный летающий город. Над китайским городом Унжун очевидцы сняли на видео появление в небе летающего города. Призрак видели после сильной грозы с градом. КП, 10.06.2017.

Китайский студент привез возлюбленную за 10 000 км, чтобы сделать предложение в Тоннеле любви. Будущие новобрачные Юй и Шана верят, что здешние приметы о счастливой семейной жизни и воплощениях желаний влюбленных обязательно сбудутся. КП, 02.06.2017.

В Китае начался сбор весеннего урожая цитрусовых. АиФ, 01.04.2018.

На днях чайеводы Китая в разных провинциях приступили к сбору весеннего урожая чайных листьев. КП, 31.03.2018.

Более 500 древних артефактов обнаружили археологи в Китае. КП, 31.03.2018.

Китайские археологи на раскопках древних руин Хунхэ обнаружили более 500 древних артефактов – глиняную посуду, изделия из камня и костей, различные сосуды и орудия труда. Возраст всех предметов оценивается минимум в 4 тыс. лет. Как сообщает газета «Известия», раскопки расположены на северо-востоке КНР вдоль реки Нэньцзян близ современного города Цицикар (провинция Хэйлуцзян). Находки перевернули несколько научных представлений о жизни племен времен неолита, сообщил заместитель директора института культурного наследия провинции Чжан Вэй.

2.6. Названия, относящиеся к сфере происшествий

Проанализировав заголовки о Китае, мы пришли к выводу, что наиболее интересная группа заглавий – о курьезных случаях, трагических ситуациях, происшествиях, масштабных неприятных событиях, житейских историях. Из средств массовой информации русские люди узнают много интересных фактов о Китае, китайцах, их обычаях и суевериях. Российские газеты оперативно отмечают практически все события, происходящие у соседей. От событий огромного масштаба до трагедии одной семьи.

В следующих примерах-заголовках речь идет о природных катаклизмах, о силе погоды:

В порту на юге Китая взорвался танкер с нефтью. КП, 20.10. 2016.

Тайфун «Меранти» в Китае унес жизни уже семи человек. Стихия рушит мосты и дома, ломает деревья и заставляя людей «плыть» по улицам. КП, 16.09.2016.

В результате оползня в Китае без вести пропал 141 человек. В результате схода оползня в китайской провинции Сычуань более 140 человек пропали без вести. Более 540 спасатели ведут поисковые работы, но пока экстренным службам удалось найти лишь двух человек. КП, 24.06.2017.

В Китае из-за тумана столкнулся 31 автомобиль. В результате аварии погиб один человек, еще шесть получили травмы. КП, 08.11.2017.

Китаю, Филиппинам и Вьетнаму угрожает новый шторм. «Ханун» сформировался в Тихом океане. Ожидается, что 16 октября стихия «доберется» до курортного острова Ханань. КП, 20.10.2017.

В Китае из-за ливней без вести пропали и погибли 83 человека. На юго-востоке Китая в провинции Хунань по крайней мере 83 человека погибли или пропали без вести из-за ливневых дождей. КП, 10.07.2017.

Следующие иллюстрации показывают влияние силы извне, описывают давление со стороны.

Опубликовано видео взрыва у посольства Китая в Бишкеке. В результате теракта погиб террорист-смертник, трое охранников пострадали. КП, 01.08. 2016.

В Китае тигры загрызли неосторожную туристку. Женщина вышла из машины несмотря на строжайший запрет.– КП, 24.7. 2016.

Тайвань запустил ракету в сторону Китая, которая убила рыбака. КП, 1.7. 2016.

В Китае разъяренный буйвол устроил погром в супермаркете и ранил посетителей. Из-за полученных травм два человека были госпитализированы. Среди получивших травмы – беременная женщина. КП, 30.10.2017.

В Китае 16 спортсменов столкнулись во время гонки. Столкновение произошло на одном из самых узких участков трассы. Спортсмены пришлось убирать с трассы с помощью спецтехники. КП, 20.11.2017.

Над Китаем взорвался астероид. Жители Китая стали свидетелями падения и взрыва астероида вблизи округа Шангри-Ла в провинции Юньнань. КП, 07.10.2017.

Житель Китая на Rolls-Royce провалился под асфальт. Инцидент произошел, когда мужчина остановился на светофоре в ожидании зеленого света. КП, 03.10. 2017.

Китай атаковал новый вирус, похожий на WannaCry. В Китае появился новый компьютерный вирус-вымогатель, который очень похож на вирус WannaCry, который недавно заразил множество компьютеров по всему миру. КП, 5.7. 2017.

Также встречаются заголовки, имеющие в своем заголовке фамилию известных людей. Так, например:

В Китае скончался лауреат Нобелевской премии мира Лю Сяобо. Правозащитник умер на 62-м году жизни от рака печени в университетской клинике города Шеньян, в которую был переведен из тюрьмы. КП, 13.07.2017.

14-летнюю модель, скончавшуюся в Шанхае, похоронят в свадебном платье. КП, 02.11.2017.

Нередко в заголовках используются имена числительные, отражающие статистический компонент содержания, а также усиливающие эмоциональное воздействие на читателя:

Четыре человека погибли при пожаре в магазине скутеров в Пекине. КП, 27.03.2018.

Две женщины-туристки, нарушившие правила безопасности, стали жертвами тигра в парке Бадалин, что недалеко от Пекина. АиФ, 05.05.2017.

Во время прогулки по парку туристка вышла из машины, чтобы посмотреть на животных поближе. За ней направилась ее родственница. Во время сафари по радио посетителей постоянно предупреждают, что покидать автомобиль строго запрещено, но женщины пошли против правил, за что быстро поплатились.

Тигр набросился на незадачливую туристку и буквально разорвал ее на куски. Женщина скончалась на месте. Ее родственница также пострадала от зубов хищника. К счастью, работники парка успели вовремя отогнать животное. В тяжелом состоянии туристку доставили в больницу.

Бадалин – это самый посещаемый отрезок Великой китайской стены, но не меньший интерес у туристов вызывает одноименный сафари-парк, который расположен неподалеку. Местная дикая природа настолько впечатляет людей, что они забывают о мерах собственной безопасности.

Случаи нападения хищников в зоопарках не так уже и редки. И очень часто они происходят по вине пострадавших. Как рассказывала Правда.Ру, несколько лет назад в зоопарке северо-восточного Китая тигр съел психически больного мужчину, вошедшего в клетку хищного животного. Жанг Ячун исчез из своего дома 25-го марта. Спустя несколько дней полицейские сообщили его родителям, что мужчину съел тигр в зоопарке. Представитель полиции сообщил, что от мужчины осталось только две ноги и череп. Родители мужчины рассказали, что их 37-летний сын страдает от психической болезни, и он всегда отличался особой любовью к тиграм.

Заключение

Анализ заголовков в современной российской печати (на материале новостей о Китае) позволил сделать следующие выводы.

1. Неисчерпаемым источником увеличения духовного потенциала русского народа всегда был, есть и остается русский язык, и интересные номинации, возникающие в недрах языка публицистики – в первую очередь, «привносят в него «свое» живое ощущение мира и его проблем, тем самым участвуя в духовном освоении и понимании современного мира во всем его многообразии» [Намиотокова 2001: 142].

2. Газета представляет собой источник информации, которая представлена как в печатном виде, так и в электронном. До сих пор она остается оперативным фиксатором масштабных и частных событий. Газета быстрее всех других жанров письменной речи отражает сдвиги, происходящие в обществе. Кроме того, в большинстве случаев она является первым письменным источником, который свидетельствует новые слова, входящие в общеупотребительную лексику.

3. Язык газеты является частью языка средств массовой информации. Необходимость разграничения понятий «язык СМИ» и «язык газеты» обусловлена наличием существенных отличий от других видов массовых коммуникаций. Появление новых слов в языке газеты иллюстрирует важнейшие тенденции развития современного русского литературного языка.

4. Ключевыми словами, по мнению Е.А. Земской, следует считать «слова, находящиеся в фокусе социального внимания». К ним и относятся заголовки газетных статей. Характеристиками заголовков можно считать компрессивность (способность вмещать в себя основную информацию), семантическую емкость (склонность «обрастать» новыми значениями), прецедентность (способность номинировать уже известные явления и сюжеты). «Определенные слова могут стать ключевыми на короткий период времени (месяц, несколько недель) либо на более длительное время (год и больше). Первые об-

наруживаются в период общественных катаклизмов, вторые называют явления, характеризующие эпоху более глубоко» [Земская 1996: 92]. Также в эпоху Интернета и «новых технологий» появляется масса новых понятий, явлений, новых устройств, механизмов, требующих точных, понятных обозначений. Этому требованию как раз и отвечают заголовки, которые в сжатой форме отражают суть описываемых вещей.

4. Анализ заголовков печатных российских изданий последних лет показал, что информации о Китае в них содержится большое количество (по сравнению с информацией о других странах, например, о США, Франции, Великобритании и др.). Скорее всего, это объясняется историческими факторами. Россия и Китай – страны, долгое время имеющие не только партнерские, но и дружеские отношения. По словам политологов, это два крупных игрока на мировой арене. СМИ освещают любые нововведения и сразу же отражают в газетных статьях результаты обсуждений, условия соглашений, итоги деловых встреч.

Журналисты всегда стремятся четко и кратко изложить информацию, им «на помощь» приходят заголовки, позволяющие развернутое описание заменить более емким определением. Объектом номинации и оценки в современных СМИ становятся не только явления общественной жизни, экономики, политики, культуры, но и события частной жизни обыкновенных людей.

Отметим, что в заголовки выносятся не только имена известных людей, но и наименования процессов и предметов.

5. Заголовки, выбранные из текстов газетной публицистики, не оторваны от контекста. Примеры заглавий отобраны таким образом, чтобы было понятно из заглавия, о чем будет идти речь. В связи с этим возникают трудности при классификации заголовков. Так, например, не совсем четким представляется разграничение заголовков в сфере науки и техники от заголовков, относящихся к военной сфере.

6. В текстах печати получили закрепление достаточно большое количество заголовков, в которых сообщается о Китае. В связи с этим собранные

заголовки мы разделили на 6 семантических групп. Наиболее употребительными оказались заголовки, обозначающие политическую сферу: 76 заголовков (38 % от общего числа заглавий). Учитывая тот факт, что группа названий, представляющих собой сферу политики, получилась самой многочисленной, мы описали ее более подробно.

Лексическая группа заголовков о Китае, обозначающая область науки и техники, включает 36 заголовков (18% от общего количества). Эта группа представлена интересными заголовками, содержащими информацию о современных достижениях и рекордах, а также демонстрирующими прогрессивные идеи китайских инженеров.

Заглавия, объединившиеся в самую малочисленную группу, представляют экономику Китая. Их – всего 3% от общего числа заголовков. Военная сфера, которой посвящена отдельная семантическая группа, вобрала немного больше заголовков – 3,5 %. На наш взгляд, такое малое количество объясняется тем, что русские люди, чувствуя превосходство какой-либо нации, испытывают некоторый дискомфорт. Поэтому в прессе стараются высказываться о собственных экономических программах и проектах, а также достижениях в военных областях.

Разноплановой в семантическом отношении получилась группа заголовков, которой мы дали название: «заголовки из обычной жизни» (38,19 %). Если условно разделить их на подгруппы, то можно выделить заголовки, относящиеся к сфере культурной жизни Китая, а также заголовки, описывающие занимательные случаи отдельных людей.

Самую пеструю из выделенных групп заголовков составляют названия, обозначающие происшествия. Таковых – (18,5%). Сюда вошли заголовки, обозначающие трагические истории в жизни китайских людей, обусловленные влиянием стихий или жизненными обстоятельствами.

Массив заголовков в российских газетах, представленный совокупностью названий о Китае, являет объективно отраженную в языке картину состояния российско-китайских отношений в один из непростых периодов мировой истории.

Языковой материал свидетельствует о том, что возможны комплексный анализ заголовков и более детальная классификация названий с учетом дополнительных семантических критериев.

Анализ заголовков о Китае, представленный в выпускной работе, на наш взгляд, позволяет говорить о том, что они являются интересным объектом для дальнейших научных исследований.

Список использованной литературы

1. Бахарев, Н.Е. Структурно-функциональное развитие заголовков (на материале заголовков из газет и журналов): автореф. дисс. ... канд. филол. н. / Н.Е. Бахарев. – Алма-Ата, 1971. – 26 с.
2. Валгина, Н.С. Активные процессы в современном русском языке: Учебное пособие для вузов / Н.С. Валгина. – М.: Логос, 2001. – 302 с.
3. Ван Сюй. Китай в печатных российских СМИ (номинативный аспект): автореф. дисс. ... канд. филол. н. – Санкт-Петербург, 2012. – 26 с.
4. Васильева, А.Н. Газетно-публицистический стиль: Курс лекций по стилистике для филологов / А.Н. Васильева. – М.: Русский язык, 1982. – 198 с.
5. Винокур, Г.О. О языке художественной литературы / Г.О. Винокур. – М.: Высшая школа, 1991. – 448 с.
6. Военное и военно-техническое сотрудничество России и Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа // <http://ria.ru/spravka/20140520/1008416110.html#ixzz3eUVpUv7N> (10.04.2018).
7. Габинская, О.А. Причины современного русского словотворчества: Автореф. дисс. докт. филол. наук / О.А. Габинская. – Л., 1985.
8. Гавришина, Н.Н. Газетный заголовок как объект лингвистического исследования / Н.Н. Гавришина. – М., 1988. – 198 с.
9. Гаджиев, К.С. Политическая наука / К.С. Гаджиев. – М.: Международные отношения, 1994. – 400 с.
10. Дрога, М.А. Составные слова в языке современных газет / М.А. Дрога // Язык в меняющемся мире: межвузовский сборник статей / науч. ред. М. В. Сандакова. – Киров: Изд-во ВятГГУ, 2013. – С. 175-179.
11. Земская, Е.А. Активные процессы современного словопроизводства / Е.А. Земская // Русский язык конца XX столетия. – М.: 1996. – С. 88-96.
12. Казак, М.Ю. Язык газеты: Учебное пособие / М.Ю. Казак. – Белгород: ИД «Белгород», 2012. – 120 с.
13. Костомаров, В.Г. Русский язык на газетной полосе / В.Г. Костомаров. – М.: Просвещение, 1971. – 117 с.

14. Кубрякова, Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности / Е.С. Кубрякова. – М.: Высшая школа, 1986. – 215 с.
15. Мужев, В.С. О функциях заголовков // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. – 1970. – №55. – С.1-8.
16. Намитокова, Р.Ю, Нефляшева, И.А. Окказиональное слово на газетной полосе: механизмы экспрессивности // Русский язык: исторические судьбы и современность / междунар. конгресс исследователей русского языка. – М., 2001. – С. 141-150.
17. Ноздрина, Л.А. Современная стилистика / Л.А. Ноздрина. – М.: Академия, 2008. – 336 с.
18. Образ России в китайских СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://ria.ru/world/20170911/1499895001.html> (27.03.2018).
19. Одинцов, В.В. Стилистика текста / В.В. Одинцов. – Москва: Наука, 1980. – 261 с.
20. Орлова, Т.Д. Теория и методика журналистского творчества. Ч.1: учеб. пособие / Т.Д. Орлова. – Минск: ЗАО «Современные знания», 2005. – 120 с.
21. Панина, Н.Н. Функции газетного заголовка // Вестник МГОУ. – Серия Русская филология. - №2. – 2007. – С. 66-69.
22. Плотникова, Л.И. Словотворчество как феномен языковой личности / Л.И. Плотникова. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2003. – 332 с.
23. Полонский, А.В. Сущность и язык публицистики: учеб. пособие / А.В. Полонский. – Белгород: Политерра, 2009. – 238 с.
24. Попов, А.С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и ее развитие / А.С. Попов // Развитие синтаксиса современного русского языка. – М., 1966. С. 95-166.
25. Попова, Т.В., Рацибурская, Л.В., Гугунава, Д.В. Неология и неография современного русского языка. – М: Флинта, Наука, 2005. – 168 с.
26. Ревенская, И.С. Функции заголовков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bibliofond.ru/view.aspx?id=550029> (22.03.2018)

27. Рыкова, Е. Виды заголовков и основные требования к ним [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.referats.pro/journalism/10261-vidy-zagolovkov-i-osnovnyye-trebovaniya-k-nim.html> (27.01.2018)
28. Санников, В.З. Русский язык в зеркале языковой игры / В.З. Санников. - 2-е изд., испр. и доп. – М.: Языки славянской культуры, 2002. — 552 с.
29. Сенько, Е.В. Инновации в современном русском языке / Е.В. Сенько. – Владикавказ, 1994.
30. Суворов, С.П. Особенности стиля английских газетных заголовков (по материалам Daily Worker) // Язык и стиль / Отв. ред. В.Т. Панаев. – М.: Просвещение, 1965. – С. 2-13.
31. Суперанская, А.В. Групповые обозначения людей в лексической системе языка / А.В. Суперанская / Имя нарицательное и собственное. – М.: Наука, 1978. – С. 59-83.
32. Тураева, З.М. Лингвистика текста: структура и семантика / З.М. Тураева. – М.: Просвещение, 1986. – 126 с.
33. Турчинская, Э.И. Соотношение заголовка и текста в газетно-публицистическом стиле: (На примерах заголовков передовых статей газеты «Юманите») / Э.И. Турчинская // Лингвистика текста и лексикология. – Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. – Москва, 1984. – 234 с.
34. Увеличение влияния СМИ на политическую сферу с появлением телевидения и радио [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studwood.ru/1058065/politologiya/uvlichenie_vliyaniya_politicheskuyu_sferu_poyavleniem_televideniya (22.12.2017).
35. Шостак, М.И. Журналист и его произведение: Практическое пособие / М.И. Шостак. – М.: ТОО «Гендальф», 1998. – 96 с.

Периодические издания и их условные обозначения

Аргументы и факты	АиФ
Комсомольская правда	КП