

7. Scollon, S. Political and Somatic Alignment: Habitus, Ideology and Social Practice / S. Scollon // Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity / ed. by G. Weiss, R. Wodak. – London : Palgrave Macmillan, 2003. – P. 167–198; Scollon, R. Lighting the Stove: Why Habitus Isn't Enough for Critical Discourse Analysis / R. Scollon, S. Scollon // A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis / ed. by R. Wodak, P. Chilton. – Amsterdam : John Benjamins, 2005. – P. 101–117.
8. Abalo, E. Through eurocentric logics. The construction of difference in foreign news discourse on Venezuela / E. Abalo // Journal of Language and Politics. – 2016. – Vol. 15 (1). – P. 94–115; Zhang, H. Making intelligence more transparent. A critical cognitive analysis of US strategic intelligence reports on Sino-US relation / H. Zhang, W. Di // Journal of Language and Politics. – 2016. – Vol. 15 (1). – P. 63–93.

Бурідэ

*Белорусский государственный университет
(г. Минск, Беларусь)*

ДИНАМИКА ОСВЕЩЕНИЯ В СМИ БЕЛАРУСИ РАБОТЫ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ (на примере компании Huawei)

Анализируется тематика материалов о компании Huawei с привлечением информационных медиаресурсов белорусских СМИ за период с 01.01.2007 по 31.12.2017 (11 лет). Называются причины увеличения количества упоминаний о компании Huawei в белорусских СМИ. Делается вывод о положительной динамике распространения информации о компании.

Ключевые слова: Huawei; фильтрация данных; статус компании; бренд; имидж; мобильный оператор.

Выгодное географическое положение Республики Беларусь и привлекательная инвестиционная среда благоприятствуют приходу на белорусский рынок значительного количества международных компаний. Стратегия белорусско-китайского всестороннего сотрудничества способствует развитию на территории Беларуси многочисленных китайских компаний – таких как Huawei, ZTE, Lenovo и других известных брендов. Успех развития этих транснациональных компаний тесно связан со средствами массовой информации: во многом благодаря помощи СМИ компании смогли получить общественное признание на рынке Республики Беларусь. Анализируя динамику освещения в СМИ работы китайских

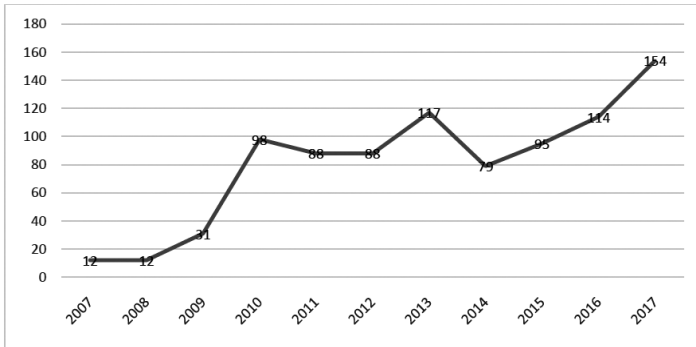
компаний, можно понять особенности восприятия белорусскими журналистами и белорусской аудиторией данных компаний, их брендов.

Компания Huawei позиционирует себя как бренд номер один в своей отрасли. История Huawei на телекоммуникационном рынке Беларуси началась в 1996 г, когда представитель компании совместно с Премьер-министром КНР Ли Ланцином совершили визит в Республику Беларусь. В 1997 г. Президент Беларуси Александр Лукашенко посетил штаб-квартиру компании Huawei в г. Шеньжень (Китай) [2]. В 1997 г. Huawei начала выходить на международный рынок и открывать первые офисы за пределами Китая, постепенно развивать собственный рынок в других странах СНГ [4]. Этот опыт позволил Huawei закрепиться на рынке Беларуси. В 2004 г. был подписан первый договор на поставку CDMA оборудования для оператора «БелСел». В 2005-м начата поставка оборудования оператору МТС для построения транспортной сети оператора по всей территории Беларуси. По просьбам партнеров для организации лучшего сервисного и гарантийного сопровождения оборудования в 2007 г. был создан сервисный центр ООО «Бел Хуавэй Технолоджис». В результате в Беларуси было зарегистрировано ООО «Бел Хуавэй Технолоджис» со 100 % иностранным капиталом, в компании в то время работало более 150 сотрудников [3].

Для проведения анализа тематики материалов о компании Huawei мы привлекли информационные медиаресурсы белорусских СМИ. Для исследования были выбраны два телеканала, газетная онлайн-версия и новостной портал. Главный телеканал страны «Беларусь 1» предоставляет самую достоверную и оперативную информацию о жизни страны, дальнего и ближнего зарубежья. Общенациональное телевидение «ОНТ» – один из самых популярных телеканалов, имеющий высокие рейтинги. Газета «СБ. Беларусь сегодня» является одной из старейших и самой читаемой из белорусских общественно-политических газет, интернет-портал TUT.BY сегодня является одним из наиболее влиятельных в стране новостных сайтов.

Нами была проанализирована информация о компании Huawei за период с 01.01.2007 по 31.12.2017 (11 лет). В соответствии с запросом в виде ключевого слова «Huawei» на встроенных поисковых системах четырех сайтов после вторичной самостоятельной фильтрации данных и удаления нерелевантной информации в качестве материала для исследования были отобраны 888 статей, анализ контента которых был произведен в нескольких плоскостях, отражающих различные аспекты деятельности белорусских СМИ в отношении компании Huawei по годам.

Рис. Анализ динамики освещения компании Huawei в СМИ за 11 лет



Анализ показывает, что в 2007 и 2008 гг. распространение информации о компании Huawei в СМИ находится на достаточно низком уровне, в 2009 г. наблюдается небольшое повышение уровня. Начиная с 2010 г. уже наблюдается значительное повышение. В 2011 и 2012 гг. данный показатель держится на стабильно высоком уровне, а в 2013 г. снова растет. В 2014 г. уровень немного понижается, с 2015 наблюдается стабильный рост и к 2017 г. достигает самой высокой отметки за 11 лет. Таким образом, мы приходим к выводу, что с 2007 г. информация о Huawei постоянно появляется в белорусских СМИ. С 2009 г. количество публикаций постепенно увеличивается, в 2013 г. удается достичь достаточно высокого уровня, а к 2017 г. положение еще больше улучшается.

Причины увеличения количества упоминаний о компании Huawei в белорусских СМИ, на наш взгляд, следующие:

1. расширение присутствия Huawei в Беларуси, рост статуса компании. Huawei сделала с 2007 по 2017 г. значительные инвестиции в информационное строительство, экономику, науку и другие отрасли Беларуси (контент о сети и коммуникации – 185 упоминаний, экономический контент – 94 упоминания).

2. Ежегодно Huawei выпускает все более функциональные и привлекательные продукты, оставляя право выбора за потребителем. В 2011 г. компания Huawei была представлена на белорусском розничном рынке и теперь выступает под своим собственным брендом. Тогда же в продаже появились телефоны, смартфоны и модемы под торговой маркой Huawei. По итогам 2012 г. выручка компании «Бел Хуавэй Технолоджис» превысила 100 млн долларов [5]. Самое высокое значение в этот период имеет контент о продукции – 424 упоминания, что составляет 47,7 %.

3. Компания Huawei установила партнерские отношения с такими белорусскими компаниями, как МТС, Velcom, Life. Долгое время компания работала исключительно в сегменте B2B, являлась поставщиком оборудования и услуг для операторов мобильных и фиксированных сетей связи. Решение выйти на рынок B2C было принято в связи с ограниченным в Беларуси количеством мобильных операторов и с необходимостью расширения поля деятельности развивающейся компании [1].

4. Компания Huawei принимает активное участие в общественной жизни Беларуси, что позитивно влияет на ее имидж. На протяжении многих лет Huawei значительно инвестировала в образование, спорт, благотворительность Беларуси и сделала большой вклад в ее социальное развитие.

Анализ публикаций в СМИ о деятельности компании Huawei на белорусском рынке в период с 01.01.2007 по 31.12.2017 показывает положительную динамику распространения информации о компании. Это связано с тем, что Huawei выпускает привлекательные продукты для белорусских потребителей, тесно сотрудничает с крупнейшими операторами мобильных и фиксированных сетей связи, а также принимает активное участие в общественной жизни Беларуси. Есть все основания утверждать, что в ближайшие годы динамика освещения в СМИ деятельности компании Huawei будет возрастать.

Библиографические ссылки

1. Генеральный директор «Бел Хувэй Технолджис» Чжан Дунлян стал «Человеком Дела-2013» // БДГ Деловая Газета [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа : <http://bdg.by/news/bussiness/24302.html>. – Дата доступа : 20.08.2017.
2. Интервью по понедельникам: Huawei Technologies // TUT.BY [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа : <https://42.tut.by/183912>. – Дата доступа : 27.08.2017.
3. Китайская компания Huawei презентовала проект интеллектуальной транспортной системы Минска // БЕЛТА – Новости Беларуси [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <http://www.belta.by/tech/view/kitajskaja-kompanija-huawei-prezentovala-proekt-intellektualnoj-transportnoj-sistemy-minska-38673-2014>. – Дата доступа : 25.06.2017.
4. Компания Huawei в России: этапы большого пути // Официальный сайт Huawei [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа : <https://www.huawei.com/minisite/russia/20anniversary/history.html>. – Дата доступа : 21.09.2017.
5. Что в Беларуси уже принадлежит Китаю // TUT.BY [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа : <https://news.tut.by/economics/448452.html>. – Дата доступа : 21.08.2017.