

РОССИЙСКО-КИТАЙСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В ЗЕРКАЛЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАДИСКУРСОВ РОССИИ И КИТАЯ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ ВОСПРИЯТИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА

Цинь Инъюэ

Северо-восточный университет
3011959017@qq.com

RUSSIAN-CHINESE RELATIONS IN THE MIRROR OF CONTEMPORARY MEDIA DISCOURSES OF RUSSIA AND CHINA AND THEIR INFLUENCE ON THE PUBLIC PERCEPTION OF THE STRATEGIC PARTNERSHIP

Qin Yingyue

Summary: The media discourses of Russia and China assemble the public representation of the bilateral partnership out of different sets of thematic frames and deliver it with unequal intensity of coverage. The link between media representation and mass perception, meanwhile, is postulated far more often than it is tested on a shared body of material. The aim of the study is to determine which frames prevail in the Russian and Chinese segments of the media coverage of Russian-Chinese relations, and how the configuration of these frames relates to the dynamics of public perception of the strategic partnership. The material is a corpus of publications from leading Russian and Chinese outlets for 2019–2026, compiled by the author; content analysis with frequency counting of frames, framing analysis and critical discourse analysis were applied. Mass perception was assessed from the published measurements of VCIOM and FOM. The Russian segment rests on the frames of economic interaction and foreign-policy coordination: together they account for over half of the coded units. The Chinese segment is shifted towards historical continuity and humanitarian-cultural rapprochement, while in intensity of coverage the Russian corpus exceeds the Chinese one by more than twofold. Aligning the frequency profiles with the growing share of Russians who assess the relations as friendly (from 60% in 2014 to 72% in 2024) shows that a positive trend in perception coexists with the asymmetry of the two media images, and that perception responds primarily to the dominant of its own national segment.

Keywords: media discourse, country image, Russian-Chinese strategic partnership, framing, content analysis, public perception, media communication, narrative.

Аннотация: Медиадискурсы России и Китая собирают публичное представление о двустороннем партнёрстве из разных наборов тематических фреймов и подают его с неодинаковой интенсивностью. Связь между медийной репрезентацией и массовым восприятием при этом чаще постулируется, чем проверяется на едином материале. Цель работы – установить, какие фреймы преобладают в российском и китайском сегментах медиапокрытия российско-китайских отношений и как конфигурация этих фреймов соотносится с динамикой общественного восприятия стратегического партнёрства. Материалом послужил сформированный автором корпус публикаций ведущих российских и китайских изданий за 2019–2026 гг.; применялись контент-анализ с частотным подсчётом фреймов, фреймовый и критический дискурс-анализ. Массовое восприятие оценивалось по опубликованным замерам ВЦИОМ и ФОМ. Российский сегмент держится на фреймах экономического взаимодействия и внешнеполитической координации: вместе они дают свыше половины закодированных единиц. Китайский смещён к исторической преемственности и гуманитарно-культурному сближению, а по интенсивности освещения российский корпус превосходит китайский более чем вдвое. Совмещение частотных профилей с ростом доли россиян, оценивающих отношения как дружественные (с 60% в 2014 г. до 72% в 2024 г.), показывает: положительная динамика восприятия уживается с асимметрией двух медиаобразов, а откликается восприятие прежде всего на доминанту собственного национального сегмента.

Ключевые слова: медиадискурс, образ страны, российско-китайское стратегическое партнёрство, фрейминг, контент-анализ, общественное восприятие, медиакommunikация, нарратив.

Введение

За последние два десятилетия национальные СМИ России и Китая пишут о двусторонних отношениях всё больше и почти всегда доброжелательно. Содержательно, впрочем, два сегмента расходятся, и расходятся заметно. Каждый опирается на свои тематические

доминанты, на свой набор устойчивых нарративов, да и подаёт материал с разной плотностью. Эволюцию медийного взаимодействия двух стран описывают как переход от взаимного цитирования и совместных проектов к более самостоятельным редакционным траекториям [7]; отсюда и вопрос о том, насколько согласованы образы, которые выстраиваются по обе стороны границы.

Тезис о том, что медийная картина партнёрства прямо задаёт его массовое восприятие, в специализированной литературе живёт скорее на правах допущения. Проверок на общем материале почти нет, а те, что есть, разрознены. Нарратив стратегического партнёрства как рамку формирования образа России изучают преимущественно на китайском материале [2]; встречное направление (образ Китая в российском медиапространстве) разбирают по отдельным изданиям и в другой методологической логике. Сетевые медиа в двустороннем сотрудничестве оценивали по пользовательским данным: замер выявил расхождение между декларируемой значимостью медиаканалов и их реальным вкладом в информированность аудитории [8]. Единого ответа на то, как соотносятся два медиаобраза и как их конфигурация связана с восприятием партнёрства, в исследовательском поле пока нет.

Отдельную группу образуют работы о том, как партнёрство воспринимают конкретные аудиторные сегменты. Социологический разбор представлений китайской студенческой молодёжи о стратегическом партнёрстве показывает: оценки аудитории складываются из тематически специализированных фрагментов, а не из единого медиапотока [5]. Работа строится на предположении, что российский и китайский медиасегменты собирают образ партнёрства вокруг несовпадающих фреймовых доминант, а положительная динамика общественного восприятия с такой асимметрией уживается. Задача сводится к тому, чтобы установить частотную структуру фреймов в двух сегментах и соотнести её с опубликованными замерами восприятия.

Материалы и методы исследования

Эмпирическую основу составил авторский корпус публикаций за 2019–2026 гг. Российский сегмент собран из материалов федеральных информационных агентств и общественно-политических изданий; китайский включает русскоязычные и переведённые версии публикаций центральных китайских медиа, адресованных внешней аудитории. Отбор шёл по ключевым тематическим маркерам двусторонних отношений. Единицей кодирования служил тематический фрагмент (абзац или связная группа абзацев), поэтому в одном тексте фиксировалось сразу несколько фреймов. Корпус модельный: он воспроизводит структуру медиапокрытия, но на исчерпывающую полноту генеральной совокупности не претендует, да и не мог бы.

Процедур было три. Контент-анализ с частотным подсчётом фреймов, фреймовый анализ (выделение устойчивых интерпретативных рамок), критический дискурс-анализ отдельных высказываний. Кодировочная сетка включала семь индуктивно выделенных фреймов: внешнеполитическая координация, экономическое

взаимодействие, научно-технологическое сотрудничество, гуманитарно-культурное сближение, историческая преемственность, личная дипломатия лидеров, прагматическая асимметрия интересов. Подачу новостей о взаимодействии сторон и о фигурах лидеров интерпретировали с опорой на описанные в литературе стратегии новостного нарратива [4] и на сопоставительные наблюдения над российским, китайским и западным сегментами дискурса [10]. Массовое восприятие партнёрства оценивалось по опубликованным результатам мониторинговых опросов ВЦИОМ и ФОМ за 2014–2026 гг.; эти ряды служили внешним контуром сопоставления. Неравную наполненность двух сегментов и преобладание в китайской части текстов, изначально написанных для внешней аудитории, при интерпретации учитывали.

Результаты и обсуждение

Плотнее всего изучен образ России в китайском медиапространстве: здесь предметное поле гуще. Одна из самых цитируемых работ этого направления фиксирует устойчивость положительной репрезентации России в китайских СМИ и её опору на ограниченный набор повторяющихся тем [3]. Современный срез, по наблюдениям Р. Д. Шемякина, сдвигается от политико-дипломатической тематики к экономической и энергетической [9]. У Ч. Чжана освещение отношений в китайской прессе выглядит как сочетание протокольной тональности официальных сообщений с устойчивым акцентом на исторической преемственности связей [15].

А вот встречное направление, репрезентация Китая в российском медиадискурсе, разработано менее ровно. Го Лицзюнь описывает образ Китая в российском культурно ориентированном сегменте сразу через две категории: культурную дистанцию и одновременное притяжение [1]. Ц. Ван прослеживает, как за последнее десятилетие этот образ смещался: Китай-поставщик потребительских товаров уступил место Китаю как технологическому и политическому партнёру [12].

Ещё один пласт работ посвящён взаимодействию самих медиасистем. Я.А. Левченко разбирает репрезентацию сотрудничества в гибридном медиадискурсе российских и китайских СМИ, где переплетаются институциональные и сетевые каналы [6]. О состоянии цифровой медиакommunikации, включая совместные проекты и обмен контентом, пишет М. Хоу [11]. Ю. Вэй связывает роль российских СМИ в формировании общественного мнения в Азиатско-Тихоокеанском регионе с набором адресных коммуникативных стратегий [13]. А границу между информированием и целенаправленным продвижением позиций в освещении двусторонних отношений специально проблематизирует М. Сюй [14].

Перечисленные наблюдения не отвечают на вопрос

о количественном соотношении фреймов в двух сегментах. Для его прояснения выполнен частотный контент-анализ собранного корпуса. Кодированию подверглись 1240 тематических фрагментов российского сегмента и 560 китайского; распределение по семи фреймам приведено в относительных долях от числа закодированных единиц каждого сегмента (табл. 1).

Доминанты в двух профилях расставлены по-разному. Расхождение видно сразу. Первые два места в российском сегменте заняли экономическое взаимодействие (27,3%) и внешнеполитическая координация (24,8%); вместе они дают свыше половины закодированных единиц. На гуманитарно-культурное сближение и историческую преемственность вместе приходится всего 17,6%. Китайский профиль переставляет акценты: экономический фрейм (19,1%) и внешнеполитический (18,4%) удерживают высокие позиции, но часть веса уходит гуманитарно-культурному сближению (21,6%) и исторической преемственности (17,3%); в сумме эти два фрейма дают 38,9%, вдвое с лишним больше российского значения.

Асимметрия видна и на лексико-семантическом уровне, в наборе опорных формул. Российский словарь тяготеет к прагматике и координации: «поворот на Восток», «стратегическое взаимодействие», «взаимовыгодное сотрудничество»; партнёрство здесь описано через функцию и результат. Китайский чаще воспроизводит формулы устойчивости и преемственности: «всеобъемлющее партнёрство», «традиционная дружба», «дружба, передаваемая из поколения в поколение». Акцент здесь смещён на длительность и надёжность связи. Общее ядро двух словарей одно: «стратегическое партнёрство». Частотность этой формулы по обе стороны остаётся близкой, и работает она как общая опорная рамка.

Неравная наполненность сегментов сама по себе результат. По числу закодированных единиц российский корпус превосходит китайский в 2,21 раза при сопоставимых временных рамках и сходной процедуре отбора. Разрыв означает, что российское покрытие плотнее и

дробнее: партнёрство подаётся через большее число частных информационных поводов, чаще экономических и внешнеполитических. Китайское покрытие компактнее, и тяготеет оно к обобщающим рамкам исторической дружбы и культурного сближения.

По личной дипломатии лидеров профили двух сегментов практически сходятся: 12,5% против 13,0%. Единственная такая позиция во всей сетке. Объяснение лежит на поверхности: саммиты и государственные визиты обе медиасистемы освещают по общему протоколу, событийная канва задана самими мероприятиями, редакционного варьирования она почти не допускает. Прагматическая асимметрия интересов, наоборот, разведена по сегментам предельно резко: 8,2% в российском против 2,8% в китайском. За цифрами стоит разная допустимость сдержанных и проблематизирующих формулировок в двух сегментах.

Научно-технологическое сотрудничество осталось на периферии фреймовой структуры: 9,6% в российском сегменте и 7,8% в китайском. Вес скромный, и с реальной интенсивностью соответствующего направления двусторонних связей он расходится сильно. Разрыв между предметной насыщенностью сотрудничества и его медийной проявленностью объясним: техническая проблематика плохо конвертируется в новостной формат и уступает место более событийным экономическим и внешнеполитическим поводам. По временной оси доля этого фрейма к концу рассматриваемого периода в обоих сегментах слегка растёт. Но прироста, сопоставимого с динамикой экономического блока, здесь не видно.

Вместе периферийные фреймы (научно-технологический и прагматическая асимметрия) дают в китайском сегменте около одной десятой закодированных единиц, не больше. Ядро китайской подачи остаётся позитивным и устойчивым. Сдержанные или узкоспециальные темы допускаются в нём по минимуму. В российском сегменте те же два фрейма весят заметно больше, и картина освещения выходит дифференцированное, менее гомо-

Таблица 1.
Частотное распределение тематических фреймов в российском и китайском сегментах медиапокрытия российско-китайских отношений.

Фрейм	Российский сегмент, %	Китайский сегмент, %
Внешнелитическая координация и многополярность	24,8	18,4
Экономическое и торговое взаимодействие	27,3	19,1
Научно-технологическое сотрудничество	9,6	7,8
Гуманитарно-культурное сближение	11,2	21,6
Историческая преемственность и традиционная дружба	6,4	17,3
Личная дипломатия лидеров	12,5	13,0
Прагматическая асимметрия интересов	8,2	2,8

Источник: составлено автором.

генной: место для проблематизирующих и уточняющих формулировок в ней остаётся.

Совмещение частотных профилей с динамикой массового восприятия даёт несимметричную связь. По данным ВЦИОМ, доля россиян, называющих отношения с Китаем дружественными и добрососедскими, поднялась с 34% в 2005 и 2009 гг. до 60% в 2014 г., прошла через 55% в 2022 г. и 64% в 2023 г. и достигла 72% в 2024 г. В 2025 г. Китай назвали страной с наиболее прочными и дружественными отношениями с Россией 65% опрошенных, а по замеру ФОМ в мае 2024 г. дружественной страной его считали 70% респондентов. Рост положительных оценок пришёлся на период, когда российское покрытие держало преимущественно экономико-политическую фреймовую структуру.

Полученное распределение подсказывает, на что опирается положительная динамика восприятия в российском случае: на фрейм прагматической выгоды и внешнеполитического сближения. Гуманитарно-культурная составляющая, ведущая в китайской подаче, остаётся здесь скорее на подхвате. Судя по совмещению профилей, массовое восприятие откликается в первую очередь на ту фреймовую доминанту, которая преобладает в своём национальном сегменте, и к конфигурации зарубежного сегмента почти не чувствительно.

Сопоставление само по себе причинной зависимости не устанавливает. Опросные и корпусные ряды сняты на разных уровнях наблюдения, и их согласование говорит лишь о совместимости динамик. Устойчивость положительного восприятия, по-видимому, держится на длительном преобладании благожелательной рамки в обоих сегментах, а содержательное различие между ними этому не мешает.

Заключение

Частотный анализ собранного корпуса показал: доминанты у российского и китайского медиасегментов не совпадают. В российском покрытии первенствуют эконо-

мическое взаимодействие и внешнеполитическая координация, вместе они дают свыше половины закодированных единиц. В китайском тяжелее весит блок исторической преемственности и гуманитарно-культурного сближения, и он подбирается к двум пятым всего покрытия.

Различие касается и объёма освещения. Российский сегмент оказался плотнее китайского более чем вдвое; с российской стороны логика подачи дробная, поводовая, с китайской обобщающая, рамочная. Профили сошлись в одной точке, на личной дипломатии лидеров, – её освещение в обеих системах задано протоколом саммитов и редакционному варьированию поддается плохо. Совпала и опорная формула «стратегическое партнёрство»: частотность у неё по обе стороны остаётся близкой.

Профили, наложенные на мониторинговые замеры восприятия, дали содержательный результат. Доля россиян, оценивающих отношения с Китаем как дружественные, выросла к 2024 г. до 72%, а в 2025 г. 65% опрошенных закрепили за Китаем статус самой дружественной страны; оба сдвига пришлись на период, когда в российском сегменте устойчиво преобладала экономико-политическая рамка, а гуманитарная оставалась на вторых ролях. Массовое восприятие, если судить по совмещению рядов, отзывается прежде всего на доминанту собственного национального сегмента и к содержанию зарубежного покрытия остаётся малочувствительным. Благожелательный образ, который выстраивает китайская сторона вокруг исторической дружбы, адресован китайской и внешней аудитории; с российской он резонирует слабее.

Картина уточняет ходовое допущение о прямой зависимости восприятия от медиаобраза. Связь есть, но замкнута она внутри национального контура: аудитория каждой стороны читает партнёрство через доминанту своего сегмента, и различие двух образов параллельному росту благожелательных оценок в обеих странах не мешает. Устойчивость партнёрства в общественном сознании держится, стало быть, не на единстве медийной картины, а на совместимости двух её самостоятельных версий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Го Лицзюнь. Образ Китая в российском культурно ориентированном медиадискурсе // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2021. № 4. С. 104–108.
2. Керимов А.А., Заикин А.А. Нарратив «стратегическое партнерство»: формирование образа России в контексте российско-китайского сотрудничества // Социально-политические науки. 2025. Т. 15. № 5. С. 278–285.
3. Кошкарлова Н.Н., Мукушев И.О. Образ России в китайских СМИ // Политическая лингвистика. 2021. № 3 (87). С. 87–100.
4. Ли Я., Чу Ю. Дискурсивная стратегия новостных сообщений о китайских лидерах в российских СМИ // Русский язык за рубежом. 2021. № 5 (288). С. 70–80.
5. Леденева В.Ю. Китайская студенческая молодежь о российско-китайском стратегическом партнерстве: социологический анализ восприятия // Социология. 2024. № 11. С. 45–52.
6. Левченко Я.А. Анализ репрезентации сотрудничества России и Китая (на материале текстов гибридного медиадискурса российских и китайских СМИ) // Вестник Пятигорского государственного университета. 2024. № 3. С. 116–122.

7. Лю С. Эволюция медийного взаимодействия России и Китая: от симбиоза к самостоятельным траекториям // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2025. № 4 (113). С. 68–77.
8. Лю С., Блохин И.Н., Гурушкин П.Ю., Громова Т.М. Пользовательская оценка значения сетевых медиа в российско-китайском сотрудничестве // Litera. 2025. № 1. С. 94–105.
9. Шемякин Р.Д. Современный образ России в китайских СМИ // Дипломатическая служба. 2023. № 4. С. 347–355.
10. Хубежова З.А., Шарков Ф.И. Российско-китайский дискурс в современных условиях (на примере Russia Today, China Daily, BBC) // Коммуникология: электронный научный журнал. 2022. Т. 7. № 2. С. 114–120.
11. Хоу М. Анализ текущей ситуации китайско-российского сотрудничества в области СМИ на примере цифровой медиакоммуникации // Культура Мира. 2024. Т. 12. № 41 (6). С. 204–213.
12. Ван Ц. Эволюция образа Китая в российских СМИ: исторический контекст и современные перспективы // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2025. № 1–2 (100). С. 127–130.
13. Вэй Ю. Российские СМИ в формировании общественного мнения в Азиатско-Тихоокеанском регионе // Litera. 2025. № 3. С. 127–139.
14. Сюй М. СМИ и политическая пропаганда в отношениях Китая с Россией // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2024. Т. 14. № 11 (116). С. 3586–3592.
15. Чжан Ч. Освещение отношений России и Китая в китайской прессе // Теории и проблемы политических исследований. 2023. Т. 12. № 3А–4А. С. 130–138.

© Цинь Инюэ (3011959017@qq.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»