

Litera

Правильная ссылка на статью:

Вэй Ю. Российские СМИ в формировании общественного мнения в Азиатско-Тихоокеанском регионе // Litera. 2025. № 3. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.3.73587 EDN: UJUXML URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=73587

Российские СМИ в формировании общественного мнения в Азиатско-Тихоокеанском регионе

Вэй Юйжуй

ORCID: 0009-0000-2409-4978

аспирант; институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Василеостровский р-н, Университетская наб., д. 7-9

✉ st073308@student.spbu.ru



[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.3.73587

EDN:

UJUXML

Дата направления статьи в редакцию:

05-03-2025

Аннотация: Предметом исследования является влияние российских СМИ на формирование общественного мнения в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Объектом исследования выступают публикации ведущих российских информационных агентств (ТАСС, РИА Новости и др.) за период 2020–2024 гг., освещающие события, связанные с Китаем, Японией и странами АСЕАН. Автор подробно анализирует, как через медианарративы формируется восприятие этих стран среди российской аудитории, а также их международный имидж. Особое внимание уделяется тому, как российские СМИ создают положительный образ Китая как стратегического партнёра и союзника в многополярном мире, а также как они балансируют между позитивным и негативным освещением Японии, в зависимости от политического контекста. В отношении стран АСЕАН исследуется, каким образом СМИ интегрируют их в дискурс о «повороте на Восток» и региональном сотрудничестве, при этом избегая критических оценок. Статья рассматривает медиапредставления как инструмент информационной политики России, направленный на укрепление её позиций в регионе. В исследовании использованы

общенаучные методы анализа и синтеза, описательный метод (наблюдение и обобщение), статистический и контент-анализ, а также систематизированный сбор и кодирование материалов. Количественно-качественный анализ публикаций за 2020–2024 гг. позволил выявить ключевые нарративные рамки, эмоциональную окраску и тематическую структуру освещения. Основные выводы исследования показывают, что российские СМИ целенаправленно формируют нарративы, способствующие поддержке внешнеполитического курса России в Азиатско-Тихоокеанском регионе. В частности, Китай последовательно представлен как «дружественный партнёр и союзник», образ Японии варьируется от нейтрального до негативного в зависимости от геополитической ситуации, а страны АСЕАН демонстрируются как важные торговые и стратегические партнёры в рамках политики «поворота на Восток». Научная новизна исследования заключается в систематическом сочетании количественного и качественного анализа, что позволило выявить ключевые особенности информационной стратегии российских СМИ в отношении различных стран Азиатско-Тихоокеанского региона. В работе также рассмотрено влияние медианарративов на общественное мнение и дипломатические позиции России, что расширяет понимание механизмов медиадипломатии в современной международной политике.

Ключевые слова:

Азиатско-Тихоокеанский регион, общественное мнение, российские СМИ, Китай, Япония, Медианарративы, Формирование общественного мнения, Страны АСЕАН, Национальный имидж, Российско-китайские отношения

Введение

В последние годы на фоне глубоких изменений в международной обстановке и обострения конкуренции между мировыми державами, стратегическая значимость Азиатско-Тихоокеанского региона для России постоянно возрастает. Особенно заметен этот процесс с 2014 г.: в условиях усиления западных санкций и политической конфронтации начинает проявляться стратегия «поворота на Восток», которая обусловлена не только дипломатическими и экономическими соображениями, но и важной ролью медийной пропаганды в формировании как внутреннего, так и международного общественного мнения.

Под влиянием стратегии «поворота на Восток» российско-азиатские экономические и торговые отношения демонстрируют новые тенденции развития. В своем исследовании Вахруших И.В. и Луконин С.А. подробно анализируют эволюцию торговых моделей России с Китаем, Японией и странами АСЕАН, подчеркивая ключевые факторы, такие как энергетическое сотрудничество, инвестиционные проекты и процессы региональной экономической интеграции^[1]. Например, они отмечают, что в условиях санкционного давления экспорт нефти и газа из России в Китай значительно увеличился, а также укрепилось сотрудничество с государствами АСЕАН в сферах сельского хозяйства и технологий. Лю Сюнь исследовал вызовы и перспективы китайско-российского торгово-экономического сотрудничества с точки зрения Китая, подчеркнув ключевую роль СМИ в формировании общественного восприятия^[2]. Лузянин С.Г. в своем исследовании проанализировал историческую эволюцию образа Японии в российских СМИ, отметив, что в связи со сложными изменениями российско-японских отношений сообщения СМИ также претерпевали колебания, отражая переплетение политических, экономических и

культурных факторов^[3]. Кроме того, достаточно богаты исследования, посвящённые образу Китая в российских СМИ. С исторической перспективы, Ван Цишань исследовал эволюцию образа Китая в российских СМИ, указав, что по мере развития китайско-российских отношений освещение СМИ изменилось от негативного к позитивному^[4]. Бокавнева О.В. отмечает, что историческое восприятие Китая в России формировалось под воздействием множества факторов, включая политическое, экономическое и культурное взаимодействие^[5]. В контексте инициативы «Один пояс, один путь» Ли Силинь выявил тенденцию российских СМИ подчеркивать позитивную роль Китая в глобальной экономике и акцентировать внимание на возможностях сотрудничества^[6]. В то же время, Сюн Тяньхун указал, что при освещении российско-китайских политических отношений СМИ делают акцент на стратегическом партнёрстве, однако осторожно подходят к освещению чувствительных вопросов^[7]. Кроме того, Цзэн Тин подчёркивает важность мультимодальных средств (изображения, видео и т.д.) в формировании национального имиджа в условиях новой медиа-среды^[8].

Эти исследования помогают глубже понять коммуникационную стратегию России в Азиатско-Тихоокеанском регионе и её влияние на региональное сотрудничество и вопросы безопасности. Многие научные статьи оценивают потенциал сотрудничества России со странами южной части Тихого океана и перспективы платформ для диалога в АТР. Несмотря на позитивное развитие отношений с государствами АТР, некоторые страны ещё не готовы решать актуальные проблемы региона^[9]. Эффективность совместной платформы для сотрудничества между южно-тихоокеанскими государствами — Австралией, Новой Зеландией и Папуа-Новой Гвинеей — вызывает сомнения, а партнёрские отношения с этими странами остаются недостаточно развитыми.

В данном исследовании использовался такой количественно-качественный метод как контент-анализ. В ходе исследования проводился систематический сбор и кодирование новостных материалов ТАСС и РИА Новости за период с января 2020г. по декабрь 2024г. Особое внимание уделялось репортажам, связанным с Китаем, Японией и странами АСЕАН, с целью выявления частоты упоминаний, основных тем, тональной окраски (позитивной, негативной или нейтральной) и рамок представления новостей. Применение данного контент-анализа позволяет отследить изменения в тональности или акцентах в освещении ключевых событий, таких как встречи на высоком уровне между Россией и Китаем, пандемия COVID-19, переговоры по территориальным спорам между Россией и Японией, а также встречи между Россией и странами АСЕАН, а также и установить соответствие между этими событиями и изменениями в медийном нарративе. Данные для исследования получены из Factiva и основаны на статистике новостных материалов агентств РИА Новости и ТАСС, посвящённых теме «Азиатско-Тихоокеанский регион». Анализ включал как русскоязычные, так и часть англоязычных материалов. Выборка охватывает тысячи новостных статей и текстовых записей за указанный период.

При кодировании новостных материалов мы классифицировали их по *основным темам* (например, двусторонние отношения, экономическое сотрудничество, вопросы безопасности, культурный обмен), *странам*, затрагиваемым в материалах, а также по *тональности описания* этих стран (позитивной/поддерживающей, негативной/критической или нейтральной/информационной). Кроме того, нами был проведён учёт ключевых нарративных рамок, упоминаемых в текстах.

Для Китая типичными рамками являлись «стратегический партнёр», «союзник в многополярном мире» и, реже, «экономический конкурент». Что касается Японии,

нарративные рамки включали определение «*исторического противника*», «*территориальные споры (проблема Курильских островов)*» и «*культурное увлечение*». Для стран АСЕАН характерны рамки «*торговый партнёр*», «*региональное многостороннее развитие*» и нарратив о «*переориентации на Азию*».

Кроме того, в данном исследовании применялись базовые методы *статистического текстового анализа*. Путём подсчёта частотности слов и анализа процентного распределения определялись доли позитивных и нейтральных материалов в репортажах о Китае, а также выявлялись годовые тенденции в материалах, посвящённых странам АСЕАН. В числе ключевых кейсов – материалы РИА Новости о борьбе Китая с COVID-19 репортажи ТАСС о территориальном споре между Россией и Японией по Курильским островам, а также нарративы СМИ вокруг экономического форума между Россией и странами АСЕАН.

Основная цель данной работы заключается в следующем:

- Исследовать нарративные стратегии и дискурсивные рамки, применяемые основными российскими СМИ при освещении стран Азиатско-Тихоокеанского региона;
- Проанализировать тематическую направленность, эмоциональную окраску и политические мотивы материалов, касающихся Китая, Японии и стран АСЕАН;
- Оценить влияние данной модели освещения на формирование общественного мнения как в России, так и в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, а также исследовать её эффективность в международном информационном пространстве.

Результаты исследования.

Представление Китая: Результаты контент-анализа показывают, что за последние пять лет основные российские СМИ демонстрировали явный позитивный уклон в освещении Китая. Как количественные, так и качественные показатели свидетельствуют о последовательной прокитайской позиции. Публикации, посвящённые российско-китайской дипломатии и экономическому сотрудничеству, не только многочисленны, но и содержательны, в них присутствуют высокие оценки страны. Распространённые нарративные рамки изображают Китай как «*дружественного соседа*», «*стратегического партнёра*» и важного союзника в продвижении многополярного мирового порядка. В материалах часто подчёркивается взаимная выгода от визитов на высоком уровне и сотрудничества, а также согласованность позиций в глобальных делах. Например, во время пандемии COVID-19 РИА Новости внимательно отслеживало усилия Китая по борьбе с эпидемией, выражая «высокий интерес к антивирусным действиям Китая», и описывало меры по противодействию пандемии как «объективные, достоверные и всесторонние»^[10]. Эти репортажи занимают «позитивную позицию в отношении борьбы Китая с эпидемией», по сути, хваля меры, предпринятые Пекином. Подобные материалы соответствуют официальной российской позиции, поддерживающей антивирусные действия Китая, что резко контрастирует с критикой Китая со стороны Запада. Другой пример — репортажи о китайской инициативе «Один пояс, один путь» и связанных с ней проектах: российские СМИ обычно подчёркивают согласованность этой инициативы с стратегией Евразийского экономического союза, представляя её как взаимовыгодное сотрудничество. В целом, негативное освещение Китая практически отсутствует в государственных СМИ, а любые негативные аспекты (например, торговый дисбаланс или конкуренция в Центральной Азии) минимизируются или упоминаются лишь в комментариях экспертов. Длительное позитивное освещение в российских СМИ событий в объекте внимания, в конечном итоге, способствует формированию общего благоприятного отношения к Китаю аудитории в России. Учёные в целом считают, что

такая медийная нарративная стратегия, представляющая Китай как надёжного и дружественного партнёра, «оказалась успешной»^[11].

Представление Японии: В отличие от Китая, образ Японии в российских СМИ оказывается более сложным. В обычное время он носит нейтрально-позитивный характер, однако в периоды дипломатического напряжения резко приобретает негативную окраску. С количественной точки зрения, за последние пять лет Япония упоминается в новостных материалах значительно реже, чем Китай, что отражает относительно прохладные и стабильно напряжённые российско-японские отношения. Когда Япония становится центром внимания, материалы чаще всего касаются памятных событий Второй мировой войны, затяжных споров вокруг Курильских островов (северных территорий) или освещения политики Японии в контексте отношений с Западом (например, санкций против России). В таких репортажах государственные СМИ не стесняются использовать явный пропагандистский язык. Одно исследование отмечает: «Только в периоды обострения двусторонних вопросов пропагандистский потенциал российских СМИ используется в полной мере»^[12]. Например, при проведении переговоров о мирном договоре или обострении споров по Курильским островам, российские СМИ напоминают общественности об агрессивных действиях Японии в военное время, подчёркивают законные права России на Курильские острова и описывают требования или военные шаги Японии как враждебные действия.

В отношении неострых политических вопросов российские СМИ о Японии часто придерживаются нейтрального, а порой даже положительного тона, хотя и в меньшей степени. В культурных материалах регулярно появляются тематические статьи о японских технологиях, кулинарии, аниме и туризме, что способствует формированию образа Японии как экзотичной, но в целом благоприятной страны^[13]. В российском обществе существует своего рода «японский фэндом», выражающий положительное отношение к японской культуре. Иными словами, в отличие от активного формирования положительного образа Китая, образ Японии во многом основывается на исторической памяти и культурном интересе, а не на преднамеренной медийной конструкции. В большинстве случаев основные российские СМИ демонстрируют базовое уважение к Японии: статьи о японском экономическом развитии или международной активности обычно написаны в нейтральном стиле, без эмоциональной окраски, за исключением случаев, когда затрагиваются чувствительные вопросы^[14].

Кроме того, следует также отметить, что после российско-украинского конфликта в 2022 г., ввиду участия Японии в западных санкциях, Япония подверглась более жесткой критике в российских СМИ^[15]. Государственные СМИ начали относить Японию к «недружественным странам», обвиняя Токио в слепом подчинении Вашингтону. Такое недавнее негативное изменение соответствует характерной для российских СМИ модели колебаний в освещении Японии в зависимости от изменений в геополитических отношениях.

Представление Юго-Восточной Азии За последние пять лет в основных российских СМИ наблюдается постепенное увеличение числа материалов, посвящённых странам Юго-Восточной Азии (таким как Вьетнам, Индонезия, Таиланд и другие государства-члены АСЕАН), хотя изначально их освещение было минимальным. Страны АСЕАН упоминались в российских новостях редко – обычно лишь в контексте многосторонних встреч или как объекты отдалённого интереса^[16]. Однако с продвижением политики «поворота на Восток» внимание к странам АСЕАН неуклонно растёт, что отражает

стремление России выстроить более тесные экономические и дипломатические связи в данном регионе.

Контент-анализ материалов агентств ТАСС и РИА Новости демонстрирует устойчивый рост числа новостных сообщений, касающихся АСЕАН, особенно заметный во время Восточноазиатского саммита, форумов в регионе и в рамках двусторонних визитов или торговых соглашений между Россией и странами АСЕАН. В целом, тональность этих репортажей носит преимущественно положительный или нейтрально-положительный характер. Российские СМИ представляют страны АСЕАН как крайне важных партнёров в области торговли, инвестиций и стратегического диалога, часто подчёркивая «непрерывное усиление значимости сотрудничества с АСЕАН» в условиях поворота России на Восток.

В 2016 г., во время проведения саммита Россия–АСЕАН в Сочи и последующего Восточного экономического форума во Владивостоке, государственные СМИ уделили особое внимание странам АСЕАН, транслируя оптимистичный настрой относительно экономической синергии и приверженности России Азии. Один из итоговых докладов форума отметил, что АСЕАН способен стать одним из основных торговых партнёров России и подчеркнул стратегический поворот на Восток и на Юг, в сторону АСЕАН... это чрезвычайно важный партнёр с огромным рынком^[17]. Такой нарратив ясно донёс до внутренней аудитории сообщение о том, что Россия обладает альтернативными возможностями сотрудничества помимо западных и смогла выстроить успешный альянс в Азии.

Стоит отметить, что российские СМИ обычно не критикуют отдельные государства-члены АСЕАН; материалы о внутренних политических или правозащитных вопросах в странах АСЕАН встречаются довольно редко, и даже если затрагиваются, обычно представляются без моральной оценки. Это контрастирует со стилем западных СМИ и отражает принцип невмешательства во внутренние дела и ценность дружеских отношений, которые придерживается Россия.

Наоборот, проблемы во взаимоотношениях России и АСЕАН обычно объясняются внешними факторами. Например, трудности, возникающие при расширении торговых или финансовых связей, часто трактуются как результат давления со стороны США и западных партнеров, что подразумевает перекладывание ответственности на внешние силы. Такой подход формирует образ стран АСЕАН как сочувствующих партнеров, объединённых перед лицом общих вызовов, обусловленных западным доминированием, и тем самым усиливает нарратив о многополярном союзе.

В целом, контент-анализ показывает, что освещение стран Азиатско-Тихоокеанского региона в основных российских СМИ носит целенаправленный характер в поддержку внешнеполитических целей России: Китай представляется как надежный, дружественный и стратегический союзник; Япония изображается как сосед с тяжелым историческим багажом, требующий осторожного отношения (в отдельных вопросах демонстрируется противостояние); а материалы о странах АСЕАН позиционируются как важная составляющая глобальной стратегии «поворота на Восток». С количественной точки зрения, число материалов, посвященных Китаю, значительно превышает количество публикаций о Японии; с качественной стороны, анализ тональности и нарративных рамок показывает, что репортажи о Китае носят ярко позитивный характер, публикации о Японии характеризуются более умеренным тоном, но в периоды разногласий могут приобретать негативную окраску, а материалы о странах АСЕАН в основном сохраняют нейтрально-положительный тон.

Обсуждение Полученные результаты исследования свидетельствуют о том, что государственные СМИ России в течение последних пять лет (как показывает наше исследование и подтверждает обзор научной литературы) целенаправленно играли активную роль в формировании общественного мнения в Азиатско-Тихоокеанском регионе, что подчеркивает взаимосвязь между медиаконтентом и более широкими внешнеполитическими целями.

Влияние российских СМИ на внутреннее общественное мнение: Одним из заметных эффектов является воздействие на внутреннее общественное мнение. Постоянно представляя Китай как надежного союзника и минимизируя любую негативную информацию, российские СМИ способствуют формированию у отечественной аудитории устойчивого позитивного отношения к Китаю. Как отмечалось ранее, симпатии россиян к Китаю значительно превосходят оценки западных стран; это не случайное явление, а результат длительной позитивной медийной стратегии. В контексте Азиатско-Тихоокеанского региона такое «обоснование действий» трансформируется в оправдание поворота России на Восток и установления тесных отношений с Китаем. Этот альянс не возник случайно, а является естественным выбором, основанным на принципе взаимной выгоды, что получило поддержку общественности в вопросах энергетического сотрудничества или совместных военных учений. Аналогичным образом, по вопросам, связанным с такими чувствительными проблемами, как спор вокруг Курильских островов, российские СМИ на протяжении длительного времени неизменно подчеркивают, что «острова должны принадлежать России», что усиливает внутреннюю оппозицию компромиссным решениям в отношении Японии. Таким образом, влияние СМИ на внутреннее общественное мнение обеспечивает российским руководителям более прочную переговорную позицию на международной арене и способствует усилению национальной гордости через акцент на решительной позиции в азиатских делах.

Влияние российских СМИ в Азиатско-Тихоокеанском регионе:

В Китае контент российских государственных СМИ, напротив, пользуется популярностью – китайские государственные СМИ часто перепечатывают или резонируют с российскими точками зрения, особенно с теми, что критикуют Запад, поскольку в мировоззрении Пекина и Москвы имеется высокая степень сходства. С начала 2010-х гг. между двумя странами было подписано множество соглашений о медийном сотрудничестве, направленных на обмен контентом и продвижение нарративов друг друга. Такое сотрудничество порождает синергетический эффект: китайская аудитория может через отечественные СМИ ознакомиться с российскими нарративами, что в отдельных группах способствует укреплению благоприятного отношения к России ^[18].

В Юго-Восточной Азии влияние российских СМИ более ограничено, но вовсе не отсутствует. Иностранные службы, такие как RT (Russia Today) и Sputnik, а также англоязычные пресс-релизы ТАСС действительно находят отражение на ряде региональных новостных порталов и в информационных агентствах. Кроме того, Россия пытается формировать положительный имидж посредством культурной дипломатии и контента, формируемого в российских СМИ, рассчитанных, в том числе и на иностранную аудиторию. Например, Россия позиционирует себя как надёжного партнёра и уравновешенную великую державу, что может найти отклик в таких странах, как Вьетнам, с исторически глубокими связями с Россией.

Однако, в целом, прямое влияние основных российских СМИ на Японию и большинство стран АСЕАН остаётся относительно невеликим. В Японии отечественные СМИ и общественное мнение преимущественно формируются под влиянием местных и западных

медиа, а проникновение российских СМИ в стране невелико. Таким образом, несмотря на наличие российского нарратива об отдельных событиях, в условиях глобальных изменений общественное мнение в Японии по отношению к России после 2022 г. существенно ухудшилось, поскольку японские СМИ в значительной степени освещали агрессивные действия России в Украине, а правительство вводило санкции. Это свидетельствует о том, что российский медийный нарратив не смог существенно изменить общую тенденцию японского восприятия России.

Научный интерес представляет проблема соотношения «стратегический нарратив и мягкая сила», применительно к изучаемым объектам. Данная контент-стратегия тесно связана с общими целями России по укреплению своей мягкой силы в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Через формирование нарративов о солидарности с Китаем и дружественных отношениях с АСЕАН, Россия стремится представить себя как ключевого игрока в делах региона и как стабильную, уравновешенную силу. Материалы ТАСС и РИА Новости транслируют единую позицию: Россия и страны АТР разделяют общие интересы и совместно противостоят давлению, исходящему в первую очередь от Запада.

Например, статьи об экономическом сотрудничестве между Россией и АСЕАН часто подчеркивают динамику взаимовыгодного партнерства, упоминая давление, вызванное западными санкциями, что неявно создает образ союза между Россией и АСЕАН в противостоянии западному господству. Эти нарративы дополнительно укрепляют позитивный имидж России как защитника многополярного мирового порядка.

При этом в странах АСЕАН, если речь не идет о вопросах, напрямую затрагивающих Россию, местные СМИ обычно не стремятся транслировать российские государственные новости. Это означает, что, несмотря на систематическое изложение российскими СМИ государственной позиции и политических установок, на практике такое повествование в большей степени ориентировано на внутреннюю аудиторию или на иностранные правительства, разделяющие схожие взгляды, а не выступает в качестве основного инструмента прямого влияния на общественное мнение в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Заключение В целом, за последние пять лет основные российские СМИ осознанно формировали нарративы в Азиатско-Тихоокеанском регионе, что тесно связано с изменением внешнеполитического курса России. Контент-анализ материалов таких агентств, как ТАСС и РИА Новости, показывает, что их базовая стратегия состоит в следующем: прославление дружественных государств, нивелирование конфликтов и представление России как незаменимого партнера в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Такая стратегия эффективно формирует внутреннее общественное мнение в России, укрепляя доверие к Китаю и демонстрируя жесткую позицию по вопросам, таким как территориальные споры с Японией, одновременно транслируя российский голос на международной арене. Несмотря на то, что прямое воздействие на аудиторию АТР варьируется (с заметным эффектом в Китае, где медийная среда более благоприятна, и с ограниченным влиянием в Японии и большинстве стран АСЕАН), общее единство дискурса, проявляющееся в синхронном использовании российскими и китайскими СМИ таких терминов, как «многополярная Азия» или «поворот на Восток», подтверждает этот вывод.

Библиография

1. Лю Сюнь. Состояние, проблемы и перспективы российско-китайского торгово-экономического сотрудничества: взгляд из Китая // Проблемы Дальнего Востока. 2021. № 5. С. 75-84.

2. Вахруших И.В., Луконин С.А. Российско-китайское торгово-экономическое сотрудничество на фоне антироссийских санкций // Россия и АТР. 2023. № 1. С. 161-180.
3. Лузянин С.Г. Российско-японские отношения и китайский фактор: эволюция и трансформация (2012–2022 гг.) // Японские исследования. 2022. № 4.
4. Ван Цицань. Эволюция образа Китая в российских СМИ: исторический контекст и современные перспективы // International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2025. Vol. 1-2 (100). DOI: 10.24412/2500-1000-2025-1-2-127-130.
5. Бокавнева О.В. Образ Китая в России: история вопроса // Концепт: философия, религия, культура. 2021. Т. 5. № 2. С. 161-174.
6. Ли, Силинь. Анализ национального имиджа Китая, конструируемого российскими СМИ в контексте стратегии "Один пояс – один путь" // Молодой ученый. 2024. № 5 (504). С. 99-101. URL: <https://moluch.ru/archive/504/110900/>
7. Сюн Икунь. Формирование образа Китая в российских СМИ // Наука. Образование. Современность. 2024. № 2.
8. Цзен Тин. Обзор исследований имиджа Китая в новых СМИ // Russian Linguistic Bulletin. 2021. № 25. DOI: 10.18454/RULB.2021.25.1.27.
9. Рубан Л. С. АТР в меняющемся глобальном процессе и роль России в регионе // Юго-Восточная Азия: актуальные проблемы развития. 2016. № 30. С. 8-21.
10. Мартыненко Е.В., Стогова Е.С. Coronavirus on the Agenda of RIA Novosti and Reuters News Agencies // Теоретические и практические вопросы журналистики. 2021. Т. 10, № 2. С. 338-350. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(2).338-350.
11. Виноградова Н.С., Денисова С.А. A Quantitative Analysis of the Image of Russia in the Asia-Pacific Region Media // European Research Studies Journal. 2018. Т. XXI, № 1. С. 555-569. DOI: 10.35808/ersj/970.
12. Schäfer F., Kalashnikova A. Russian State-controlled Propaganda and its Proxies: Pro-Russian Political Actors in Japan // The Asia-Pacific Journal: Japan Focus. 2024. Т. 22, № 3.
13. Тимофеева Я.А., Афанасьева Л.И. Японские анимационные сериалы "аниме" как средство пропаганды psychosocial феномена "хикикомори" среди российских школьников // Проблемы современного педагогического образования. 2020. № 68-1.
14. Любимова Н.С. Образ Японии в России – старые элементы в новом оформлении // Вестник Международных организаций. 2020. № 51(3). С. 153-167. DOI: 10.33876/2311-0546/2020-51-3/153-167.
15. Нелидов В.В. Новая неопределённость в российско-японских отношениях // Японские исследования. 2020. № 4.
16. Kling J., Toepfl F., Thurman N. Mapping the website and mobile app audiences of Russia's foreign communication outlets, RT and Sputnik, across 21 countries // Harvard Kennedy School Misinformation Review. 2022. Т. 3, № 6. DOI: 10.37016/mr-2020-110.
17. Саммит Россия-АСЕАН // Президент России. URL: <http://www.kremlin.ru/prezident/news/51953> (дата обращения: 05.03.2025).
18. Лю Ц. Исследование имиджа Китая в России // Theories and Problems of Political Studies. 2022. Т. 11, № 1A. DOI: 10.34670/AR.2022.72.20.027.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования в рецензируемой статье являются российские СМИ в формировании общественного мнения в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Актуальность работы аргументируется тем, что «на фоне глубоких изменений в международной

обстановке и обострения конкуренции между мировыми державами, стратегическая значимость Азиатско-Тихоокеанского региона для России постоянно возрастает», соответственно в научном сообществе «отмечается рост интереса к проблемам взаимоотношений стран Азиатско-Тихоокеанского региона в связи с уже отмеченным «поворотом России на Восток». Материалом исследования явился новостной контент ТАСС и РИА Новости за период с января 2020 г. по декабрь 2024 г. Особое внимание уделялось репортажам, связанным с Китаем, Японией и странами, входящими в состав Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН). Выборка охватывает тысячи новостных статей и текстовых записей за указанный период.

Теоретической основой работы выступили труды таких отечественных и зарубежных исследователей, как Я. А. Тимофеева, Л. И. Афанасьева, Н. С. Любимова, И. В. Вахруших, С. А. Луконин, Н. С. Виноградова, С. А. Денисова, Е. В. Мартыненко, Е. С. Стогова, В. В. Нелидов, J. Kling, F. Toepfl, N. Thurman, F. Schäfer, Лю Сюнь, Ц. Лю и др. Библиография составляет 11 источников, соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями. Методология исследования определена целью и поставленным заданием («исследовать нарративные стратегии и дискурсивные рамки, применяемые основными российскими СМИ при освещении стран Азиатско-Тихоокеанского региона; проанализировать тематическую направленность, эмоциональную окраску и политические мотивы материалов, касающихся Китая, Японии и стран АСЕАН; оценить влияние данной модели освещения на формирование общественного мнения как в России, так и в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, а также исследовать её эффективность в международном информационном пространстве») и носит комплексный характер: использованы общенаучные методы анализа и синтеза, описательный метод с приёмами наблюдения и обобщения, методы статистического текстового анализа, контент-анализ, систематический сбор и кодирование материалов и др. При кодировании новости классифицировались по основным темам, странам, а также по тональности описания этих стран (позитивной / поддерживающей, негативной / критической или нейтральной / информационной). Кроме того, проведён учёт ключевых нарративных рамок, упоминаемых в текстах.

В ходе исследования подробно проанализировано влияние российских СМИ на общественное мнение в России и в Азиатско-Тихоокеанском регионе, что позволило автору(ам) прийти к обоснованным выводам о том, что «государственные средства массовой информации России в течение последних десяти лет целенаправленно играли активную роль в формировании общественного мнения в Азиатско-Тихоокеанском регионе, что подчеркивает взаимосвязь между медиаконтентом и более широкими внешнеполитическими целями» и др.

Полученные результаты имеют теоретическую значимость и практическую ценность: они вносят определенный вклад в решение теоретических проблем медиалингвистики, в изучение специфики влияния российских массмедиа в Азиатско-Тихоокеанском регионе и могут использоваться в последующих научных изысканиях.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру. Стиль изложения тяготеет к научному типу, содержание соответствует названию.

Однако текст рукописи нуждается в авторской правке: см «В научном дискурсе отмечается рост интереса к проблемам взаимоотношений стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Широко освещаются проблемы торгов-экономического сотрудничества а указанными странами на фоне антироссийских санкций Вахруших И.В., Луконин С. А. Лю Сюнь проблемам моделирования медиаимиджей [1], проблемам информационной и национальной безопасности [2]», «Этот позитивный нарратив особенно заметен в периоды ключевых события...», «Это означает, что, несмотря на то что масштабные

российские нарративы ясно отражены в отечественных медиа...» и др.

Обращаем внимание автора(ов) на необходимость более корректно излагать факты (см «Кроме того, следует отметить, что после вторжения? России в Украину в 2022 г...»).

Статья имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera» после устранения указанных выше замечаний.

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

На рецензирование представлена статья «Российские СМИ в формировании общественного мнения в Азиатско-Тихоокеанском регионе».

Предмет исследования – особенности формирования общественного мнения в российских СМИ на фоне глубоких изменений в международной обстановке, обострения конкуренции между мировыми державами и роста стратегической значимости Азиатско-Тихоокеанского региона для России.

Методология исследования основана на сочетании таких методов как систематический сбор и кодирование новостных материалов, контент-анализ, а также базовых методов статистического текстового анализа.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в эпоху глобализации средства массовой информации являются важным и эффективным инструментом формирования общественного мнения. В условиях усиления западных санкций и политической конфронтации, а также под влиянием стратегии «поворота на Восток» российско-азиатские экономические и торговые отношения демонстрируют новые тенденции развития в формировании как внутреннего, так и международного общественного мнения и особое место в этом процессе занимает медийная пропаганда.

Научная новизна обусловлена сравнительным характером анализа особенностей формирования общественного мнения в российских СМИ при освещении стран Азиатско-Тихоокеанского региона, в частности, Китая, Японии и стран АСЕАН.

Стиль изложения научный, структура, содержание. Статья написана русским литературным языком. Структура рукописи включает следующие разделы: введение (содержит постановку проблемы, автор аргументирует актуальность выбранной темы, сформулированы цели и указаны методы исследования); результаты исследования (проведён контент-анализ новостных материалов по теме «Азиатско-Тихоокеанский регион», что позволило автору отследить изменения в тональности или акцентах в освещении ключевых событий: основные российские СМИ демонстрировали явный позитивный уклон в освещении Китая; образ Японии в российских СМИ обычно носит нейтрально-позитивный характер, однако в периоды дипломатического напряжения резко приобретает негативную окраску; российские СМИ обычно не критикуют отдельные государства-члены АСЕАН, при этом материалы о внутренних политических или правозащитных вопросах в странах АСЕАН встречаются довольно редко, и даже если затрагиваются, то представляются без моральной оценки); обсуждение (отмечено, государственные СМИ России играют активную роль в формировании общественного мнения в Азиатско-Тихоокеанском регионе, что подчеркивает взаимосвязь между медиаконтентом и более широкими внешнеполитическими целями; отдельное внимание в статье уделено влиянию российских СМИ на внутреннее общественное мнение и на общественное мнение в Азиатско-Тихоокеанском регионе); заключение (отмечено, что в целом, в последние годы основные российские СМИ осознанно формировали нарративы

в Азиатско-Тихоокеанском регионе, что тесно связано с изменением внешнеполитического курса России); библиография (включает 11 источников).

Выводы, интерес читательской аудитории.

Контент-анализ материалов российских СМИ показывает следующую базовую стратегию: прославление дружественных государств, нивелирование конфликтов и представление России как незаменимого партнёра. Исследование будет интересно тем, что изучает особенности формирования общественного мнения в российских СМИ.

Рекомендации автору:

1. При описании эмпирического материала указано, что в ходе исследования проводился систематический сбор и кодирование новостных материалов ТАСС и РИА Новости за период с января 2020 г. по декабрь 2024 г., в то время как при описании результатов исследования и в заключении фигурирует «за последние десять лет».
2. Необходимо уделить бóльшее внимание обзору и анализу современных научных работ, теоретический анализ именно современных источников является недостаточным.
3. Нужно проверить корректность отображения статьи (формат подзаголовков), возможно стоит ввести подзаголовки 2 и 3 уровней при описании результатов исследования. Предложение, которое начинается с «В отличие от Китая, образ Японии в российских СМИ...», стоит начать с красной строки, поскольку идет переход к новой мысли. Следует перепроверить текст на предмет пропуска символов (потенциал азиатско-тихоокеанским диалоговых площадок Несмотря на то).
4. Стоит расширить библиографию, увеличив долю отечественных и зарубежных работ за последние 3 года.

Материал представляет интерес для читательской аудитории и после доработки может быть опубликован в журнале «Litera».

Результаты процедуры окончательного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Изучение процесса формирования общественного мнения СМИ, на мой взгляд, достаточно актуально. При оценке способов и форм определяется и контур дальнейшего совершенствования этого инструментария. Следовательно, рецензируемая работа интересна, нова, значима. В начале труда автор отмечает, что «в последние годы на фоне глубоких изменений в международной обстановке и обострения конкуренции между мировыми державами, стратегическая значимость Азиатско-Тихоокеанского региона для России постоянно возрастает. Особенно заметен этот процесс с 2014 г.: в условиях усиления западных санкций и политической конфронтации начинает проявляться стратегия «поворота на Восток», которая обусловлена не только дипломатическими и экономическими соображениями, но и важной ролью медийной пропаганды в формировании как внутреннего, так и международного общественного мнения». Оценка ситуации сделана верно, это в свою очередь и направляет дальнейший ход исследования. Структура статьи соответствует жанру научного изыскания, на мой взгляд, дробность текста на части также оправдана. Стоит положительно оценить, что данные для исследования «получены из Factiva и основаны на статистике новостных материалов агентств РИА Новости и ТАСС, посвящённых теме «Азиатско-Тихоокеанский регион». Анализ включал как русскоязычные, так и часть англоязычных материалов. Выборка охватывает тысячи новостных статей и текстовых записей за указанный период», причем и методологическая основа также актуальна – это статистический анализ данных, контент-анализ, систематизация и обобщение. Стиль соотносится с

научным типом: например, «В отличие от Китая, образ Японии в российских СМИ оказывается более сложным. В обычное время он носит нейтрально-позитивный характер, однако в периоды дипломатического напряжения резко приобретает негативную окраску. С количественной точки зрения, за последние пять лет Япония упоминается в новостных материалах значительно реже, чем Китай, что отражает относительно прохладные и стабильно напряженные российско-японские отношения. Когда Япония становится центром внимания, материалы чаще всего касаются памятных событий Второй мировой войны, затяжных споров вокруг Курильских островов (северных территорий) или освещения политики Японии в контексте отношений с Западом (например, санкций против России)...» и т.д. Как видим цитации даются также с учетом обработки открытых данных: «В 2016 г., во время проведения саммита Россия–АСЕАН в Сочи и последующего Восточного экономического форума во Владивостоке, государственные СМИ уделили особое внимание странам АСЕАН, транслируя оптимистичный настрой относительно экономической синергии и приверженности России Азии. Один из итоговых докладов форума отметил, что АСЕАН способен стать одним из основных торговых партнёров России и подчеркнул стратегический поворот на Восток и на Юг, в сторону АСЕАН... это чрезвычайно важный партнёр с огромным рынком[17]» и т.д. Считаю, что тема работы раскрыта, поставленные задачи решены. Автор приходит к следующим выводам: «Контент-анализ материалов таких агентств, как ТАСС и РИА Новости, показывает, что их базовая стратегия состоит в следующем: прославление дружественных государств, нивелирование конфликтов и представление России как незаменимого партнёра в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Такая стратегия эффективно формирует внутреннее общественное мнение в России, укрепляя доверие к Китаю и демонстрируя жесткую позицию по вопросам, таким как территориальные споры с Японией, одновременно транслируя российский голос на международной арене». Думаю, что тема исследования может быть расширена в рамках новых научных изысканий. Требования издания учтены, серьезная правка текста излишня; библиографический список объемён. Рекомендую статью «Российские СМИ в формировании общественного мнения в Азиатско-Тихоокеанском регионе» к публикации в журнале «Litera».