

Филология: научные исследования

Правильная ссылка на статью:

Цзян Ш. Нарративное исследование конструирования национального имиджа Китая русскоязычным каналом CGTN в межкультурной перспективе // Филология: научные исследования. 2025. № 10. DOI: 10.7256/2454-0749.2025.10.76084 EDN: IWHRHO URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=76084

Нарративное исследование конструирования национального имиджа Китая русскоязычным каналом CGTN в межкультурной перспективе

Цзян Шун

ORCID: 0009-0002-0883-6227

аспирант, кафедра массовых коммуникаций; Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, р-н Коньково, ул. Миклухо-Маклая, д. 10 к. 2

✉ jennie_01@foxmail.com



[Статья из рубрики "Коммуникации"](#)

DOI:

10.7256/2454-0749.2025.10.76084

EDN:

IWHRHO

Дата направления статьи в редакцию:

30-09-2025

Аннотация: Предметом исследования является кросс-культурное конструирование национального имиджа Китая русскоязычным каналом CGTN в 2025 году. Объектом исследования выступают нарративные практики канала при освещении трёх ключевых событий: визита Председателя КНР Си Цзиньпина в Россию (май), визита Президента РФ В. В. Путина в Китай (август–сентябрь) и введения взаимного безвизового режима с культурными обменах (в течение года). Автор анализирует, каким образом канал через воспроизводство исторической памяти, дискурс стратегического сотрудничества и бытовое измерение культурных обменов формирует многоуровневую траекторию коммуникации – от макрополитики к дипломатии и далее к социальной сфере. Особое внимание уделяется сочетанию «самопрезентации» и «третьих голосов», которое одновременно укрепляет образ Китая как «мирного, надёжного и партнёрского» государства и повышает доверие аудитории. Методология: Исследование сосредоточено на русскоязычном CGTN, анализируются три кейса 2025 г. (визит Си в Россию, визит

Путина в Китай, взаимный безвиз). Используются контент-, фрейм- и сравнительный анализ материалов (сайт, видео, VK), опора на теории «мягкой силы», «псевдосреды» и модель 5W. Научная новизна состоит в многоуровневой модели описания внешнего нарратива CGTN на русском: от макрополитической символики (историческая память и ритуалы), через стратегическую дипломатию (равноправное партнёрство, многополярность), к культурно-социальной близости как кумулятивной траектории сокращения перцептивной дистанции. Установлено, что канал эффективно использует повестку и фреймы для усиления тем «взаимная выгода/мирное развитие» и повышает доверие за счёт «третьих голосов» (эксперты, мнения граждан), однако ограничен доминированием формата «новость+комментарий», недостатком культурного разнообразия и слабой интерактивностью на новых платформах. Рекомендуется наращивать мультимодальный сторителлинг (инфографика, короткие вертикальные видео), долю современного культурного контента и ко-репрезентацию с локальными медиапартнёрами/блогерами, что позволит перейти от простого «голоса» к устойчивому межкультурному резонансу и укрепить имидж Китая как «надёжного, мирно развивающегося партнёра».

Ключевые слова:

Национальный имидж, Русскоязычный канал CGTN, Межкультурная коммуникация, Нарративные стратегии, Мягкая сила, Китай, Россия, Китайско-российские отношения, Дискурсивная власть, Международная журналистика

ВВЕДЕНИЕ

Национальный имидж является концентрированным отражением совокупной мощи государства и его базовых ценностей; он представляет собой ключевой ресурс участия страны в международной конкуренции, развития дипломатического сотрудничества и укрепления национальной идентичности [\[1\]](#). Позитивный имидж государства способствует повышению его международного статуса, защите национальных интересов и оказывает мощную поддержку политическому, экономическому и культурному развитию. В условиях постоянной трансформации глобальной структуры общественного мнения формирование национального имиджа стало важным полем борьбы за «мягкую силу» между ведущими державами, где международная коммуникация играет незаменимую роль. Однако ряд западных стран, руководствуясь геополитическими соображениями и опираясь на свои сильные информационно-коммуникационные ресурсы, систематически дискредитируют Китай, раздувая «китайскую угрозу» и создавая предвзятые нарративные рамки. Подобные искажённые представления не только усиливают недопонимание Китая мировым сообществом, но и серьёзно препятствуют культурному, экономическому и гуманитарному взаимодействию с другими странами. В этой связи перед Китаем встаёт практическая задача — с помощью эффективной работы средств массовой информации разрушить доминирование «чужой репрезентации» и заново выстроить собственный национальный имидж.

В условиях сложной и быстро меняющейся международной медиа-среды, когда традиционные СМИ и цифровые платформы глубоко интегрируются, CGTN как важная часть китайской системы внешней коммуникации выполняет миссию «рассказать Китае хорошо» и сформировать образ страны как надёжного, привлекательного и уважаемого партнёра. Особенно значима в этом контексте деятельность русскоязычного канала

CGTN, который, ориентируясь на Россию как ядро русскоязычного пространства, посредством новостных материалов, тематических программ и контента в социальных сетях постепенно формирует устойчивую площадку для распространения образа Китая в регионе. Согласно данным за 2025 год, канал насчитывает 543 тыс. подписчиков на платформе VK и 324 тыс. подписчиков на YouTube, что свидетельствует о его растущем региональном влиянии.

Однако эффективность международной коммуникации определяется не только широтой охвата аудитории, но и стратегией нарратива, культурной адаптивностью и способностью вызывать ценностный отклик. На современном этапе CGTN на русском сталкивается с рядом проблем: однообразие контента, недостаток креативности, культурные барьеры, ограниченное сочетание «саморепрезентации» и «чужой репрезентации». Поэтому ключевой задачей становится переосмысление нарративных стратегий с учётом локальной специфики и инновационных подходов, что позволит повысить эффективность межкультурной коммуникации.

Настоящее исследование анализирует освещение русскоязычным каналом CGTN ключевых событий китайско-российских отношений в 2025 году и рассматривает, каким образом через повестку дня, нарративные рамки, культурные символы и медийные технологии осуществляется конструирование национального имиджа Китая в межкультурной перспективе. Теоретическую основу работы составляют концепция «мягкой силы», теория «псевдоокружения», а также модель 5W. На материале таких кейсов, как визит Си Цзиньпина в Россию, визит Владимира Путина в Китай и введение режима взаимного безвизового въезда с сопутствующими культурными обменами, проводится текстуальный анализ, направленный на оценку эффективности данных коммуникационных практик и выявление возможных направлений их совершенствования. Результаты исследования могут быть полезны для дальнейшего развития международного коммуникативного потенциала Китая в условиях новой эпохи.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Данное исследование сосредоточено на русскоязычном канале CGTN и использует в качестве эмпирического материала освещение ключевых событий китайско-российских отношений в 2025 году. Рассматриваются три группы кейсов:

I визит Си Цзиньпина в Россию (май, включая мероприятия Дня Победы);

I визит Владимира Путина в Китай (август–сентябрь, включая саммит ШОС в Тяньцзине и празднование 80-летия Победы в войне сопротивления японской агрессии);

I введение режима взаимного безвизового въезда и культурные обмены (в течение всего года).

Материалами исследования выступают: официальные разделы и видеопрограммы на сайте русскоязычного канала CGTN, а также сопровождающий контент (тексты, изображения и короткие видеоролики) на платформе VK. Анализ направлен на выявление того, каким образом канал использует нарративные стратегии для формирования национального имиджа Китая.

Теоретическую основу составляют концепция «мягкой силы», теория «псевдоокружения» и модель 5W, в сочетании с подходами теории повестки дня и анализа фрейминга. На основе сравнительного анализа содержания и способов представления ключевых кейсов выявлены успешные практики и ограничения в межкультурной коммуникации CGTN на

русском. Итогом исследования стало определение стратегий дальнейшей оптимизации нарратива, направленного на более эффективное конструирование национального имиджа Китая в международном медиапространстве.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ

Национальный имидж представляет собой концентрированное выражение совокупной мощи государства, его культурных ценностей и международного признания в глобальном коммуникативном пространстве. Его формирование зависит не только от политических и дипломатических действий, но и от взаимодействия механизмов медиакommunikации, культурного обмена и публичного нарратива. Американский исследователь Джозеф Най (Joseph Nye) в своей теории «мягкой силы» подчёркивает, что государство может завоёвывать международную поддержку за счёт культурной привлекательности, институциональной идентичности и ценностного влияния, что обеспечивает более устойчивый эффект, чем простое использование экономического давления или военной силы [2]. Реализация «мягкой силы» невозможна без поддержки современной медиасистемы, а конструирование национального имиджа является ключевым каналом её проекции.

В рамках коммуникативных механизмов американский исследователь Уолтер Липпман (Walter Lippmann) в работе «Общественное мнение» выдвинул теорию «псевдоокружения» (см. рис. 1), согласно которой восприятие реальности формируется не через непосредственный опыт, а опосредуется системой медийных символов. Эта концепция показывает ведущую роль СМИ в формировании мировоззрения аудитории и восприятия «другого» [3].

Lippmann's Pseudo-environment Model

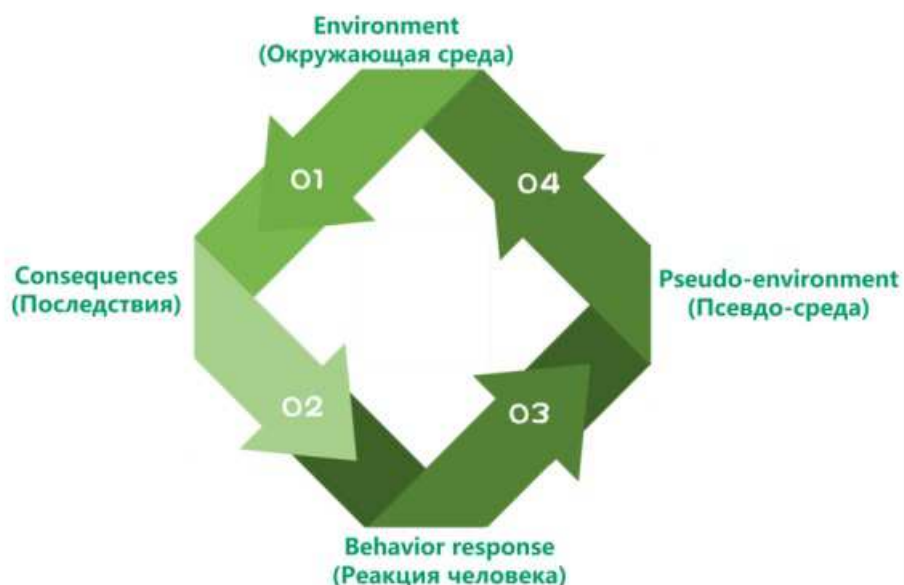


Рис. 1. Модель «псевдоокружения» Липпмана (Lippmann's Pseudo-environment Model)

Харольд Лассуэлл (Harold Lasswell) в модели коммуникации «5W» определил пять

базовых элементов процесса коммуникации: «кто»(коммуникатор) – «что» говорит (содержание) – «по какому каналу» (медиа) – «кому» (аудитория) – «с каким эффектом» (результат). Эта модель стала фундаментальной структурой для изучения процессов межкультурной коммуникации [4].

В прикладном измерении теория повестки дня Маккомбса (McCombs) и Шоу (Shaw) подчёркивает, что СМИ могут определять, «о чём думает аудитория», хотя и не диктуют, «как именно думать» [5]. Энтман (Entman), развивая теорию фрейминга, указывает, что выбор и акцентирование определённой информации в медиадискурсе формируют интерпретационные рамки и задают траекторию понимания событий аудиторией, создавая специфическую общественную атмосферу [6].

В российском медиапространстве формирование национального имиджа Китая сталкивается с новыми вызовами. Будучи важным стратегическим партнёром Китая, российская аудитория всё чаще формирует представления о стране через цифровые платформы. Исследования показывают, что культурные лидеры общественного мнения, такие как Ли Цзыци, завоевали широкое внимание в русскоязычной среде, преодолевая ограничения традиционного политического нарратива и формируя позитивный «человеческий» образ Китая через эстетику повседневности [7]. При этом возрастает значимость перспективы «гетероимиджа»: русскоязычные блогеры и третьи стороны, рассказывая о своём опыте в Китае, повышают доверие и объективность восприятия страны [8]. Установлено, что именно блогеры, комментарии зрителей и участие локальных культурных акторов составляют важнейшую силу «гетероимиджа» Китая [9]. Эти процессы коррелируют с практикой CGTN, которое в последние годы активно включает локальные дискурсы и цитирует российских экспертов и гостей.

Таким образом, теоретическая база настоящего исследования интегрирует концепцию «мягкой силы», теорию «псевдоокружения», теории повестки дня и фрейминга, модель 5W и концепцию межкультурной ориентации аудитории. На основе этих подходов формируется системный аналитический инструмент для оценки стратегий русскоязычного канала CGTN в формировании национального имиджа Китая. Детальный анализ его нарративной практики позволяет выработать рекомендации для дальнейшего совершенствования многоканальной внешней коммуникации Китая.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Международный имидж Китая и практика CGTN на русском

С момента реформ и политики открытости Китай добился выдающихся успехов в политической, экономической, аграрной, промышленной, культурной и социальной сферах, став второй по величине экономикой мира и оказав значительное влияние на глобальную экономическую и политическую систему [10]. Однако в XXI веке, несмотря на заметное укрепление совокупной мощи и международного статуса Китая, рост международного дискурсивного влияния остаётся отставшим. Под «международным дискурсивным влиянием» понимается способность государства выстраивать повестку в международном общественном мнении, формировать глобальные правила и оказывать воздействие на них. В настоящее время сохраняется дисбаланс «сильный Запад — слабый Китай»: западные СМИ по-прежнему удерживают доминирование в сфере дискурса и создают многочисленные стереотипы, неблагоприятные для Китая [11].

Например, в Global Soft Power Index (Глобальный индекс мягкой силы) Китай в 2024 году занял лишь 3-е место, уступив США (1-е место) и Великобритании (2-е место)^[12].

В русскоязычном мире образ Китая воспринимается сравнительно позитивно. По данным Фонда общественного мнения (ФОМ), 62% россиян считают Китай «самой близкой и дружественной страной», тогда как в 2014 году этот показатель составлял лишь 54%. Исследование «Общественное мнение о Китае и России — 2020» также показало, что двусторонние отношения воспринимаются как прочные и стабильные, а большинство респондентов положительно оценивают роль двух стран в международном культурном обмене ^[13]. Однако международное исследование Pew Research Center (2025) ^[14] выявило, что медианное значение негативного восприятия Китая в мире составляет 54%, а в ряде развитых стран этот показатель превышает 70%. Это указывает на то, что, несмотря на растущее участие и влияние Китая в международных делах, его национальный имидж по-прежнему сталкивается с серьёзными вызовами. В частности (см. табл. 1), негативное отношение преобладает в таких развитых странах, как Япония (86%), Республика Корея (80%), Швеция (79%) и США (77%), тогда как в развивающихся странах — Кении (74%), Нигерии (81%) и Индонезии (65%) — доминирует позитивное восприятие. Этот «геокультурный разрыв» подчёркивает региональные различия в восприятии Китая международным сообществом.

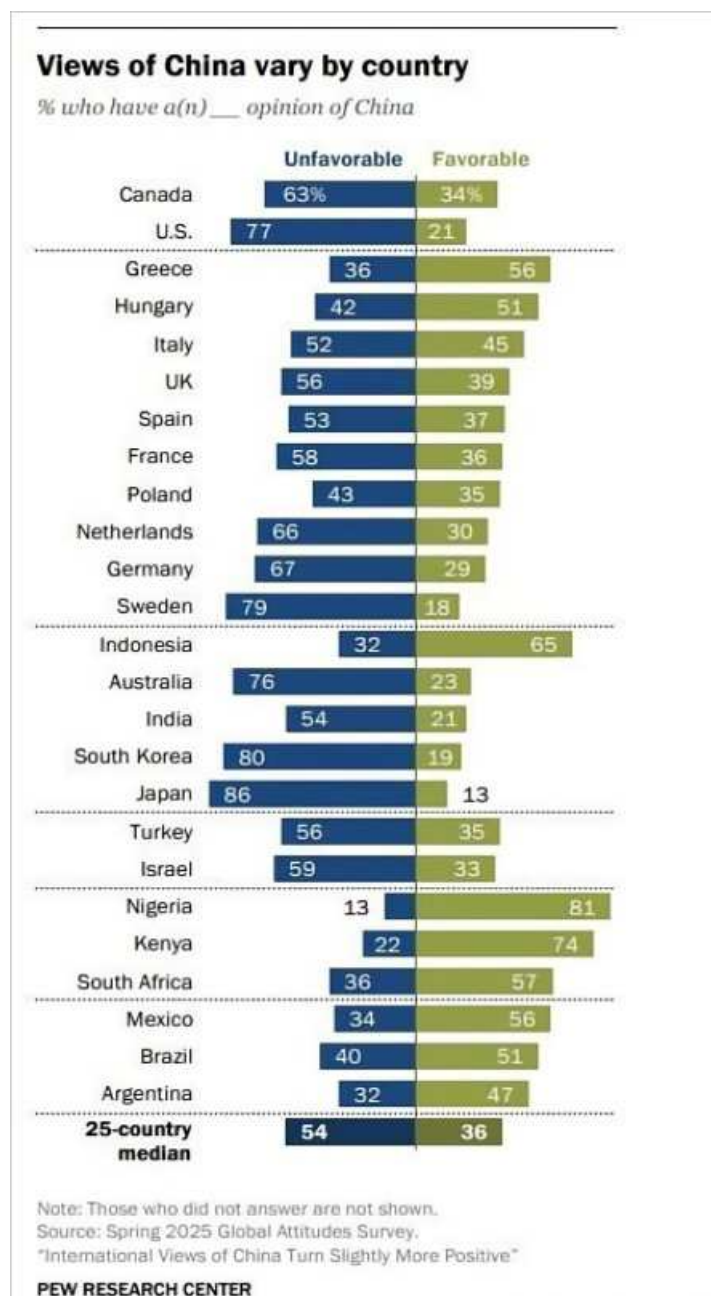


Таблица. 1. Pew Research Center. (2025). Международные взгляды на Китай становятся немного более позитивными. Глобальный опрос общественного мнения весной 2025 года.

Некоторые западные СМИ активно раздувают тезис о «китайской угрозе», изображая Китай в качестве вызова существующему международному порядку и пытаются ограничить его влияние [15]. Подобные предвзятые нарративы часто преувеличивают негативное и искажают факты, что мешает формированию полноценного и объективного образа Китая. В этом контексте на протяжении долгого времени международный имидж Китая находился в пассивном состоянии «чужого конструирования» — в условиях одностороннего дискурса, доминируемого Западом. Западные СМИ, исходя из собственных позиций, избирательно освещают китайскую повестку, усиливая антикитайские предрассудки и препятствуя обретению Китаем международной репутации, соответствующей его реальному возросшему статусу. В условиях укрепления совокупной мощи и национального имиджа Китая западные капиталистические государства стремятся через международные коммуникации дискредитировать и очернять образ Китая, отождествляя его прошлую отсталость с настоящим, а также используя отдельные

негативные явления в обществе, такие как злоупотребление властью и коррупция, для создания обобщённого негативного образа [16].

В ответ на этот дискурсивный вызов Китай в 2016 году интегрировал внешние коммуникационные ресурсы и учредил Китайскую Глобальную Телевизионную Сеть (CGTN), сформировав многоязычную систему внешнего дискурса и активно продвигая стратегию «рассказывать хорошие истории о Китае». Среди её подразделений CGTN на русском выступает важным окном в русскоязычный мир, выполняя функцию трансляции образа Китая в Россию и страны СНГ. По состоянию на 30 сентября 2025 года глобальная аудитория CGTN превысила 150 млн человек. В частности, аккаунт CGTN на русском собрал 543,1 тыс. подписчиков на российской платформе VK, 324 тыс. подписчиков на YouTube и около 6,9 тыс. подписчиков на Telegram. Такая структура — «сильные основные платформы, слабые новые платформы» — показывает, что CGTN уже обеспечила значительное присутствие на ключевых площадках (VK и YouTube), однако её проникновение в молодёжно-ориентированные каналы, такие как Telegram, остаётся ограниченным, что сдерживает дальнейшее расширение и диверсификацию аудитории.

Платформа	Язык / аккаунт	Подписчики
Глобальный охват	Многоязычная матрица	Более 150 млн подписчиков
VK	CGTN на русском (https://vk.com/cgtnrussian)	543,100
Telegram	CGTN на русском (@cgtn_russian)	6,900
Youtube	CGTN на русском (@cgtnrussian)	32,4000

Таблица.2. Аудитория CGTN на русском (30 сентября 2025 г.)

Формирование международного влияния определяется не только эффективной передачей информации, но и выбором нарративных стратегий и механизмов культурной идентификации. Исследования показывают, что китайские СМИ в русскоязычном пространстве сталкиваются с вызовами, связанными с различиями в языке и ценностных ориентациях аудитории. В ответ CGTN на русском развивает локализованное производство контента, интегрирует культурные символы и привлекает сторонние голоса, стремясь объединить «самопредставление» и «чужое представление» в единое доверительное коммуникативное поле. В этих условиях Китай должен уделять особое внимание адаптированным межкультурным стратегиям, усиливать культурную чувствительность и формировать локальный резонанс, чтобы создавать более достоверный и привлекательный национальный нарратив в различных регионах мира.

В дальнейшем исследование опирается на анализ освещения ключевых дипломатических событий 2025 года — взаимных визитов лидеров Китая и России, введения безвизового режима и культурных обменов. На основе теоретических моделей коммуникации и текстового анализа рассматривается, каким образом CGTN на русском выстраивает нарративные практики и конструирует образ Китая в межкультурной перспективе, а также оценивается их эффективность и ограничения в современном медиапространстве.

Кросс-культурная нарративная практика CGTN на русском: трёхмерное конструирование национального образа

В исследованиях межкультурной коммуникации медианарратив рассматривается не

только как процесс передачи информации, но и как воспроизводство смыслов в различных культурных контекстах. С целью изучить, каким образом CGTN на русском формирует национальный образ Китая в межкультурной среде, в данной работе рассматриваются три показательных дипломатических и культурных кейса 2025 года:

I визит Си Цзиньпина в Россию (май 2025 г.) — отражение исторической памяти и политических символов в национальном нарративе;

I визит Владимира Путина в Китай (август–сентябрь 2025 г.) — демонстрация стратегического сотрудничества и многосторонней дипломатии;

I введение взаимного безвизового режима и культурные обмены между Китаем и Россией (в течение всего 2025 г.) — проявление «мягкой силы» через культуру и социальные аспекты.

Эти три кейса представляют собой политический, дипломатический и культурный уровни конструирования национального образа. Они являются не только важными вехами двусторонних отношений, но и оптимальными примерами для межкультурных исследований. Сравнительный анализ позволяет выявить, как CGTN на русском адаптирует нарративные рамки, формирует ключевые темы и транслирует ценности в разных коммуникативных контекстах.

Кейс 1. Визит Си Цзиньпина в Россию

В мае 2025 года председатель КНР Си Цзиньпин совершил государственный визит в Россию и принял участие в параде на Красной площади, а также в торжественных мероприятиях, посвящённых Дню Победы. В репортажах CGTN на русском особое внимание уделялось формированию образа «исторического резонанса» и «защитника мира». Через использование символических элементов (например, военный парад) и нарратив Победы во Второй мировой войне CGTN создало так называемую «псевдосреду» в терминах Липпмана (Lippmann, 1922), подчеркнув общую историческую память и ответственность Китая и России как стран-победителей.



Рис. 2. Си Цзиньпин принял участие в церемонии приветствия, организованной президентом РФ Владимиром Путиным.

URL: <https://russian.cgtn.com/news/2025-05-08/1920379142557343746/index.html>

Кроме того, в передаче «Диалог» (День Победы–2025)^[17] CGTN привёл мнения российских экспертов и СМИ, что усилило роль «внешнего нарратива». Такое сочетание «самопостроения» и «внешнего построения» повысило достоверность и эмоциональную привлекательность репортажа в межкультурной коммуникации.

Кейс 2. Репортажи о визите Владимира Путина в Китай

В августе–сентябре 2025 года президент России Владимир Путин посетил Китай, где принял участие в саммите Шанхайской организации сотрудничества в Тяньцзине, а также в мероприятиях, посвящённых 80-й годовщине Победы в Войне сопротивления Японии (см. рис. 3, 4). В репортажах CGTN на русском акцент делался на стратегическом партнёрстве и дипломатии высокого уровня. С одной стороны, через подчёркивание высоких стандартов протокола и торжественных приёмов Китай формировал культурный образ «уважающего друзей и ценящего союзников» государства; с другой стороны, акцентировалось совпадение позиций двух стран по вопросам международной безопасности и в рамках многосторонних механизмов, что закрепляло образ Китая как «ответственной великой державы».



Рис. 3. Президент России Владимир Путин на саммите ШОС в Тяньцзине. Скриншот репортажа, опубликованного во «ВКонтакте».

URL: https://vk.com/wall-134170537_251766



Рис. 4. Президент России Владимир Путин прибыл на трибуну Тяньаньмэнь 3 сентября.

URL: https://vkvideo.ru/video-134170537_456271358?list=c2146edb0e2929d7ff

С точки зрения теории коммуникации практика освещения визита Путина в Китай в полной мере соответствует «модели 5W» Гарольда Лассуэлла (Harold Lasswell, 1948). В рамках этой модели CGTN выступает как государственный коммуникатор (Who), использующий телевидение, интернет и социальные сети как каналы передачи информации (In Which Channel), ориентируясь на русскоязычную аудиторию (To Whom). Передаваемые сообщения (Says What) концентрируются на темах «стратегического сотрудничества Китая и России», «взаимодействия в многосторонних механизмах» и «совпадения позиций в международном порядке». Цель коммуникации (With What Effect)

заключается в формировании образа Китая как «надёжного партнёра» и «страны мирного развития», а также в укреплении позитивного восприятия и эмоциональной сопричастности аудитории.

Такой коммуникационный подход демонстрирует не только системное использование методов постановки повестки дня, но и точное управление стратегиями трансляции в межкультурном контексте.

Кейс 3. Культурная привлекательность и «мягкая сила» — взаимный безвиз

2 сентября 2025 года китайская сторона объявила, что с 15 сентября 2025 года по 14 сентября 2026 года для граждан России, имеющих обычный паспорт, вводится пробный 30-дневный безвизовый режим. Он распространяется на поездки с целью бизнеса, туризма, визитов к родственникам и транзита [18]. Вскоре после этого, 5 сентября 2025 года, президент России Владимир Путин на Восточном экономическом форуме заявил, что Россия введёт аналогичный безвизовый режим для граждан Китая, ответив тем самым на решение китайской стороны (см. рис. 5).



Рис. 5. Скриншот репортажа, опубликованного во «ВКонтакте» (CGTN на русском, 5 сентября 2025 г.), о заявлении Путина на Восточном экономическом форуме относительно взаимного безвизового режима.

URL: https://vk.com/wall-134170537_252167

Анализ трёх кейсов — визита Си Цзиньпина в Россию, визита Владимира Путина в Китай и взаимного безвизового режима с последующими культурными обмена — показывает, что нарративная логика CGTN на русском выстраивается по нарастающей: от макрополитики к стратегической дипломатии и далее к культурно-социальному измерению.

В репортажах о визите Си Цзиньпина акцент был сделан на исторической памяти и политической символике. Через церемониальные мероприятия и привлечение «третьих голосов» CGTN создавала так называемую «псевдосреду» по Липпману, укрепляя в межкультурном контексте общую идентичность Китая и России как стран-победителей во Второй мировой войне и подчеркивая образ Китая как «хранителя мира».

Визит Путина в Китай освещался преимущественно через призму стратегического сотрудничества и дипломатии высокого уровня. Эти репортажи соответствовали «модели 5W» Лассуэлла, где с помощью многоплатформенной трансляции для русскоязычной аудитории Китай представлялся как ответственный международный партнёр, а повестка формировалась вокруг идей многостороннего сотрудничества.

В отличие от этого, репортажи о взаимном безвизовом режиме и культурных обменах были ближе к повседневной жизни и отражали концепцию «мягкой силы» Джозефа Ная. Через культурные символы и истории о людях CGTN стремилась сократить психологическую дистанцию между народами двух стран, усиливая привлекательность и признание образа Китая.

В целом три типа нарратива не только имеют собственные акценты, но и взаимно дополняют друг друга: политический нарратив акцентирует историю и ответственность, дипломатический — стратегию и сотрудничество, культурный — эмоции и близость. В рамках такой многоуровневой структуры CGTN на русском удалось реализовать транснациональное построение образа Китая: от «достоверного» к «дружелюбному» и далее к «уважаемому». Этот межкультурный путь свидетельствует о постепенном переходе от «чужой конструкции» к «самоконструированию» [\[19\]](#). Формирование национального образа требует не только односторонней передачи информации, но и создания мостов через культурные различия и ценностные резонансы, что усиливает влияние Китая в международном медиапространстве и укрепляет его «мягкую силу».

Эффективность и ограничения внешнего нарратива CGTN на русском

С точки зрения масштабов распространения, CGTN на русском уже сформировал устойчивую аудиторию на таких ключевых платформах, как VK и YouTube, постепенно превратившись в важный центр кросс-культурного нарратива. Благодаря этим каналам, CGTN усиливает дискурс «взаимовыгодного сотрудничества» и «мирного развития» в освещении крупных дипломатических событий, а также повышает уровень эмпатии через видеоконтент и персонализированные истории. Однако его влияние на новых платформах, таких как Telegram, остаётся ограниченным, что свидетельствует о недостаточном внимании к молодежной и интерактивной коммуникации. В целом CGTN на русском обладает определённым потенциалом охвата и нарратива, однако для достижения цели формирования «реального, многомерного и привлекательного» образа Китая необходимо расширять платформенное присутствие и усиливать инновационность контента [\[20\]](#).

С точки зрения эффективности, CGTN на русском демонстрирует многомерные результаты. Во-первых, посредством повестки дня и фрейминга канал закрепил темы «взаимовыгодного сотрудничества», «многополярного порядка» и «мирного развития», акцентируя в репортажах о визитах Си Цзиньпина в Россию и Владимира Путина в Китай экономическое взаимодействие и совпадение международных позиций, что ослабило влияние западного дискурса о «китайской угрозе» [\[21\]](#). Во-вторых, канал подчёркивает взаимодействие Китая и России как «равноправных партнёров», тем самым формируя образ Китая как «новой силы» в международных делах, в противовес западному нарративу «агрессивного проникновения» [\[22\]](#). В-третьих, акцент на деталях и личных историях, таких как «панда-дипломатия» и взаимодействие с населением, создаёт «псевдосреду» в терминах Липпмана, усиливая эмоциональное восприятие и близость [\[23\]](#). В-четвёртых, регулярное цитирование мнений российских экспертов и граждан способствует сочетанию «самопостроения» и «внешнего построения», повышая доверие и убедительность кросс-культурной коммуникации [\[24\]](#).

Тем не менее, эти достижения не скрывают ряда ограничений. Во-первых, формат сообщений всё ещё преимущественно строится по схеме «новость + комментарий»,

слабо развиты сторителлинг, визуализация и интерактивность, что ограничивает привлечение молодой аудитории. Во-вторых, культурные темы занимают недостаточную долю: образ Китая в основном связан с политикой и дипломатией, в ущерб многообразию и повседневной составляющей, что оставляет пробел в области «культурной привлекательности», подчеркнутой Найем. В-третьих, «внешний нарратив» представлен ограниченно: местные голоса и локализованные интерпретации используются редко, что сохраняет восприятие канала как «официального рупора». Наконец, интерактивность на новых медиа недостаточна: несмотря на присутствие на VK, подача контента остаётся преимущественно односторонней, что не позволяет преодолеть «информационный пузырь» и проигрывает западным СМИ в сфере коротких видео и взаимодействия с пользователями.

В целом, нарративная практика CGTN на русском в 2025 году вокруг ключевых дипломатических событий Китая и России демонстрирует значимый прогресс в формировании национального образа, особенно в укреплении повестки и повышении эмпатии. Однако система коммуникации всё ещё сталкивается с проблемами нехватки инноваций, ограниченности культурной составляющей, слабой локализации и низкой интерактивности. Эти вызовы обусловлены как стратегическими и кадровыми ограничениями, так и глобальным дисбалансом дискурсивных сил «Запад силен — Восток слаб». В условиях изменяющейся международной медиасреды, CGTN на русском для более эффективного формирования национального образа необходимо развивать творческие нарративы, углублять культурную составляющую и усиливать локальную интеграцию, комплексно используя факты, эмоции, аргументы и визуальные образы. Это позволит повысить привлекательность, убедительность и доверие к международному контенту, а также обеспечить подлинное понимание Китая зарубежной аудиторией, завоевать её признание и поддержку, тем самым обеспечив переход от «голоса» к «резонансу» в кросс-культурной коммуникации [\[25\]](#).

Заключение

CGTN на русском, являясь ключевой платформой международной коммуникации Китая с Россией, в последние годы играет всё более активную роль в формировании национального образа. Сосредоточив внимание на визитах лидеров, безвизовом режиме и культурном обмене, канал эффективно использует такие стратегии, как повестка дня, фрейминг и «мягкая сила», формируя в кросс-культурном контексте сложный образ Китая как страны «мирного развития», «взаимной выгоды» и «надёжного партнёра». Тем самым CGTN постепенно осуществляет переход от «самопостроения» к «внешнему построению». Постоянные эксперименты с привлечением сторонних голосов и локальных символов способствуют созданию относительно зрелой системы нарратива о Китае в русскоязычном медиапространстве, повышая видимость и влияние Китая.

Однако на данный момент CGTN на русском сталкивается с заметными ограничениями в области креативности, локализации и культурного многообразия. Стиль подачи остаётся традиционным, «мягкие» темы развиты слабо, что ограничивает культурную идентификацию молодой аудитории. Недостаточная интеграция «самопостроения» и «внешнего построения» также препятствует полноценному кросс-культурному резонансу. Кроме того, инновации в области контента для новых платформ требуют усиления, что особенно важно в условиях цифровой экосистемы.

Будущие исследования могут быть расширены по трём направлениям: 1) проведение

количественного анализа кросс-платформенной эффективности CGTN в русскоязычном медиапространстве; 2) более глубокая разработка культурных тем для усиления эмоционального аспекта национального образа; 3) сравнительный анализ освещения Китая в CGTN и ведущих западных СМИ для выявления структурных различий в глобальной борьбе за дискурсивное влияние. В целом, кросс-культурная нарративная практика CGTN на русском демонстрирует ценную стратегию для повышения международной коммуникационной способности Китая и оптимизации формирования его национального образа, что делает этот опыт перспективным объектом дальнейших исследований.

Библиография

1. 李璵. 新时代对俄传播与国家形象塑造--以CGTN俄语频道为例 [J]. 对外传播, 2020, (9). // Ли Цун. Внешняя коммуникация с Россией и формирование национального имиджа в новую эпоху: на примере CGTN на русском [журн.]. – Внешняя коммуникация, 2020, № 9.
2. Nye J. S. Soft Power: The Means to Success in World Politics [кн.]. – New York: PublicAffairs, 2004. – 208 p.
3. Lippmann W. Public Opinion [кн.]. – New York: Harcourt, Brace and Company, 1922. – 427 p.
4. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society // Bryson L. (ed.). The Communication of Ideas [сб.]. – New York: Harper & Brothers, 1948. – P. 37-51.
5. McCombs M. E., Shaw D. L. The agenda-setting function of mass media [журн.] // Public Opinion Quarterly. – 1972. – Vol. 36, No. 2. – P. 176-187.
6. Entman R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm [журн.] // Journal of Communication. – 1993. – Vol. 43, No. 4. – P. 51-58.
7. Юй Сяо. Современная межкультурная коммуникация и национальный имидж Китая: Исследование видеоплатформы YouTube [журн.] // Вопросы теории и практики журналистики. – 2022. – Т. 11, № 1. – С. 190-202. DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(1).190-202 EDN: NEMOYA
8. Fu L., Guo H. Russian bloggers' mirror of Chinese culture: cultural communication and image construction from the perspective of others [журн.] // Revista Gestão & Tecnologia. – 2024. – Vol. 24, No. 4. – P. 271-287.
9. Нестерова Н. Г., Сабаяева Ю. С. Репрезентация медиаобраза Китая в российской социальной сети (на материале постов о китайской популярной музыке и комментариев к ним) [журн.] // Виртуальная коммуникация и социальные сети. – 2023. – Т. 2, № 4. – С. 191-196. DOI: 10.21603/2782-4799-2023-2-4-191-196. EDN: EYHSQP
10. 周艳. 中国主流媒体海外短视频传播与国家形象建构 [J]. 中国广播电视学刊, 2023, (9). // Чжоу Янь. Продвижение коротких видеороликов китайских основных СМИ за рубежом и построение национального имиджа [журн.]. – Журнал китайского радио и телевидения, 2023, № 9.
11. Friedman T. Lexicon: 'Discourse Power' or the 'Right to Speak' (话语权, Huàyǔ Quán) [эл. ресурс] // Stanford DigiChina. – 2022. – March 17. – URL: <https://digichina.stanford.edu/work/lexicon-discourse-power-or-the-right-to-speak-huayu-quan/> (дата обращения: 12.09.2025).
12. Brand Finance "Global Soft Power Index 2024". URL: <https://brandfinance.com/reports/global-soft-power-index-2024>.
13. Ефимец М. А. Диалог культур: динамика российско-китайских межкультурных коммуникаций [журн.] // НИР. Современная коммуникативистика. – 2022. – № 5. – С. 17-22. DOI: 10.12737/2587-9103-2022-11-5-17-22. EDN: MHYRPZ
14. Pew Research Center. (2025). Международные взгляды на Китай становятся немного более позитивными. Глобальный опрос общественного мнения весной 2025 года. URL:

<https://www.pewresearch.org/>.

15. Ji K., Yang Z., Zhou M. Cognitive Attitudes of International Mainstream Media to China during the Contaminated Water and Human Health Under Big Data [журн.] // Journal of Environmental and Public Health. – 2022. – Article ID 9033781. – DOI:

10.1155/2022/9033781. EDN: CJEVGS

16. 赵永华, 韦佳玥, 窦书棋. 媒体合作与国际受众对中国国家形象的共同建构--基于《这里是中国》与 YouTube 网评的互文性分析 [J]. 新闻春秋, 2023, (4). // Чжао Юнхуа, Вэй Цзяюэ, Доу Шуци. Медийное сотрудничество и совместное формирование национального имиджа Китая международной аудиторией: интертекстуальный анализ "Здесь Китай" и комментариев YouTube [журн.]. – Новости и хроника, 2023, № 4.

17. День Победы-2025-CGTN на русском. URL: <https://russian.cgtn.com/news/2025-05-08/1920368310640353282/index.htm>

18. China trials a 30-day visa-free entry policy for Russian citizens-CGTN. URL: <https://news.cgtn.com/news/2025-09-02/China-trials-a-30-day-visa-free-entry-policy-for-Russian-citizens-1G167tJGUPC/p.html>

19. 江素珍. 主流媒体短视频中的国家形象研究 [J]. 中国出版, 2022, (10): 35-39. // Цзян Сучжэнь. Исследование национального имиджа в коротких видео основных СМИ [журн.]. – Издательское дело Китая, 2022, № 10: 35-39.

20. Yang Y., Chen H. Study on the Communication Effectiveness of China's Official Publicity [журн.] // BCP Social Sciences & Humanities. – 2022. – Vol. 20. – DOI:

10.54691/bcpssh.v20i.2354. EDN: GASFKD

21. Alpermann B., Malzer M. "In Other News": China's International Media Strategy on Xinjiang-CGTN and New China TV on YouTube [журн.] // Modern China. – 2023. – DOI: 10.1177/00977004231169008. EDN: QHCSOV

22. Zhu Y. China's 'new cultural diplomacy' in international broadcasting: branding the nation through CGTN Documentary [журн.] // International Journal of Cultural Policy. – 2022. – Vol. 28, No. 5. – P. 671-683. DOI: 10.1080/10286632.2021.2022651.

23. Colley T., Moore M. News as geopolitics: China, CGTN and the 2020 US presidential election [журн.] // The Journal of International Communication. – 2022. – Vol. 29, No. 1. – P. 82-103. DOI: 10.1080/13216597.2022.2120522. EDN: UTVJYI

24. Tong T., Zhang L. Platforms versus agents: the third-party mediation role of CGTN's news commentary programs in China's Media Going Global plan [журн.] // Chinese Journal of Communication. – 2023. – Vol. 17, No. 1. – P. 61-77. DOI:

10.1080/17544750.2023.2232901. EDN: DMBPVU

25. 宫承波, 徐瀚祺. 提升 | 优化国际传播精准化水平的建设性思路构思 [J]. 当代传播, 2021, (5): 72-74. // Гун Чэнбо, Сюй Ханьци. Конструктивные подходы к повышению и оптимизации точности международной коммуникации [журн.]. – Современная коммуникация, 2021, № 5: 72-74.

Результаты процедуры рецензирования статьи

Рецензия выполнена специалистами [Национального Института Научного Рецензирования](#) по заказу ООО "НБ-Медиа".

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

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

Рецензия на статью «Нарративное исследование конструирования национального имиджа Китая русскоязычным каналом CGTN в межкультурной перспективе»

В представленной статье автор анализирует процесс формирования национального имиджа Китая в русскоязычном медиaprостранстве на примере телеканала CGTN. Предметом является исследование нарративных стратегий, используемых в освещении

ключевых дипломатических и культурных событий 2025 года, таких как визиты лидеров Китая и России и введение взаимного безвизового режима. Автор рассматривает, как данные нарративы способствуют конструированию образа Китая в межкультурном контексте и как они соотносятся с концепцией «мягкой силы». Такой выбор объекта исследования представляется обоснованным и отражает актуальную проблематику международных коммуникаций.

В статье используется комплексный методологический подход, включающий анализ медиаматериалов (репортажи, программы, посты в соцсетях), сопоставительный анализ кейсов, а также опора на теории повестки дня, фрейминга, модель 5W Лассуэлла и концепцию «псевдоокружения» Липпмана. Теоретическая база достаточно широка и учитывает как западные, так и китайские исследования. Методология соответствует заявленным целям, однако можно отметить некоторую избыточность в теоретической части: модели иногда дублируют друг друга по смыслу. Было бы целесообразно выделить одну-две основные исследовательские рамки и глубже показать их применение на материале.

Тема исследования отвечает современным вызовам глобальной медиасреды, в которой Китай активно борется за изменение дискурсивного баланса. Русскоязычный сегмент коммуникаций особенно значим в контексте укрепления российско-китайских отношений. В условиях информационной конкуренции и необходимости противостоять западным медиа-нарративам анализ стратегий CGTN на русском приобретает особую важность. Таким образом, работа обладает несомненной актуальностью как для исследований межкультурной коммуникации, так и для практики медиадипломатии.

Новизна исследования заключается в том, что автор сосредоточил внимание именно на русскоязычном канале CGTN и его практике в 2025 году. Это позволяет оценить не только общие стратегии китайских СМИ, но и специфику их локализации в российском медиапространстве. Выделение трёх кейсов (визит Си Цзиньпина, визит Путина, безвизовый режим) и их анализ через призму нарратива демонстрируют оригинальный исследовательский ракурс. В то же время новизна могла бы быть усилена за счёт привлечения эмпирических данных о реакции аудитории (опросы, комментарии, статистика вовлечённости).

Статья построена логично и последовательно: введение – методология – теоретическая база – анализ кейсов – выводы. Текст написан академическим стилем, выдержан в научной терминологии, снабжён примерами, таблицами и иллюстрациями. Однако в ряде мест автор перегружает текст риторикой («псевдосреда», «многомерное конструирование» и т. п.), что может затруднить восприятие. В разделе «Результаты и обсуждение» наблюдается некоторая повторяемость аргументов. Целесообразно в будущем делать акценты более точечными.

Список литературы достаточно обширен и включает как классические источники (Най, Липпман, Лассуэлл), так и современные работы 2022–2024 гг., включая китайские и российские исследования. Это укрепляет научную основу статьи.

Автор в целом обозначает позицию оппонентов — западных СМИ, которые конструируют «образ угрозы» Китая. Однако в научном плане оппонентская база представлена недостаточно: отсутствует полемика с альтернативными теоретическими подходами к исследованию медиаимиджа и межкультурной коммуникации.

Выводы статьи логично вытекают из анализа: CGTN на русском демонстрирует успехи в формировании образа Китая, но сталкивается с проблемами креативности, локализации и слабой интерактивности. Работа будет интересна специалистам в области медиакоммуникаций, международных отношений и региональных исследований. Для широкой читательской аудитории текст может показаться сложным, но для академического сообщества он имеет значимую ценность.

В целом статья представляет собой серьёзное исследование актуальной проблемы, отличается логичностью структуры и добросовестностью анализа и, бесспорно, может быть рекомендована к публикации.