

---

## ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАИМИДЖА КНР В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ ГОДА РОССИИ В КИТАЕ И ГОДА КИТАЯ В РОССИИ

О.С. Коновалова

Кафедра теории и истории журналистики  
Российский университет дружбы народов  
*ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198*

В статье анализируются всесторонние отношения между Россией и Китаем и особенности их освещения в российских средствах массовой информации и коммуникации.

**Ключевые слова:** Год России в Китае, Год Китая в России, медиаимидж, средства массовой информации, двусторонние отношения, информационный повод, информационные поля, российско-китайские отношения.

Историческое место России и Китая в мировом пространстве в очень большой степени определяется особенностями русской и китайской цивилизации. В настоящее время все большее значение приобретает стремительно развивающиеся отношения между двумя странами, а также растущая экономическая мощь Китая, ее расширяющиеся мирохозяйственные связи. В последние годы Россия и Китай к тому же играют все более важную роль на международной арене, проводя по многим вопросам согласованную политику, а также рассматривают двустороннюю дружбу, партнерство и сотрудничество как одно из приоритетных направлений своей внешней политики.

Начиная с 16 июля 2001 г., момента подписания «Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между РФ и КНР», обе страны стараются придерживаться принципов, изложенных в данном документе. Именно с этого времени в СМИ обеих стран можно проследить тенденцию возрастания взаимного интереса друг к другу, а также динамику увеличения числа статей и других материалов, посвященной данной тематике. Однако резкий скачок обоюдного внимания прессы двух стран друг к другу приходится на период 2006—2007 гг., когда согласно Совместной декларации РФ и КНР от 14 октября 2004 г. 2006 г. был объявлен Годом России в Китае, а 2007 — Годом Китая в России. В связи с этим возникает интересный вопрос, какой же все-таки медиаимидж КНР создается в СМИ, каким Китай видится российскому читателю через призму «четвертой власти» и как проведение мероприятий в рамках «национальных годов» изменило восприятие населением образа Китая, при условии наличия старых стереотипов относительно друг друга.

В последние 10 лет российско-китайские отношения значительно продвинулись в своем развитии, однако в сфере культурных связей, культурного обмена, а также восприятию современного образа, менталитета и жизненного уклада населения двух стран долгое время оставались в «прошедшем времени». Как показал проведенный в первые годы XXI века опрос университета Цинхуа совместно с ЦК Коммунистического союза молодежи Китая, 64,5% китайских студентов прояв-

ляют интерес к России, но в то же время крайне мало знают о современной культуре своего самого большого соседа [1].

Такое положение вещей не могло не обратить на себя внимания правительств двух стран. Бывший посол КНР в России Ли Фэнлинь отмечал, что главная проблема наших стран — это недостаток взаимопонимания, что легко может привести к заблуждениям. Для углубления взаимопонимания следует укрепить связи и сотрудничество в гуманитарной сфере. Прежде всего следует понять и оценить место России в мире и ее громадный потенциал, понять, что Россия — великое государство и Китаю стоит поучиться у нее в таких областях, как культура, образование, наука и техника, спорт и многих других. В то же время россияне должны изменить свои взгляды на Китай: по мелким китайским торговцам в России нельзя судить обо всем Китае. Из богатой истории и культуры Китая, его сегодняшнего развития тоже многое можно перенять [2]. Китаист Д. Воскресенский считает, что возможности познакомиться с Китаем у сегодняшней российской молодежи недостаточно. «Нужно, чтобы молодое поколение познакомилось с жизнью людей, живущих по ту сторону границы, чтобы узнать, что они думают, к чему стремятся, что читают, какие у них традиции. Я считаю, что только если молодежь лучше узнает друг о друге, отношения между странами смогут стать прочными» [3]. Подобное мнение высказал и посол России в КНР С.С. Разов: «Мы должны предложить молодежи наших стран отвести взоры от западных стран, присмотреться друг к другу, вступить в диалог» [4].

Начало в преодолении такого положения вещей положила Совместная декларация РФ и КНР, которая была подписана лидерами обеих стран 14 октября 2004 г. во время визита В.В. Путина в Китай.

«Проведение „национальных годов“ Китая и России — это важнейшее политическое решение, принятое на самом высоком уровне. Цель проведения „национальных годов“ состоит в дальнейшем углублении взаимопонимания и политического доверия, всестороннем повышении уровня сотрудничества двух стран в различных сферах, пропаганде китайско-российских отношений стратегического партнерства. Проведение мероприятий в рамках «национальных годов» служит главной линией в осуществлении двусторонних связей между Китаем и Россией на ближайшие два года», — отмечало информационное агентство Синьхуа [5].

В период с ноября 2004 г. по декабрь 2007 г. наблюдается скачкообразное увеличение количества статей. Следует отметить, что в сравнении с периодом до проведения Года России в Китае и Года Китая в России, когда среднее количество публикаций касающихся российско-китайских отношений, составляло около 548 в месяц в российских СМИ и 337 в китайских, в 2006—2007 гг. количество материалов увеличилось более чем в полтора раза в российских СМИ, а в китайских даже в три раза. Так, в российских СМИ эта цифра выросла до 824 материалов в месяц, а в китайских — до 1019.

Такое увеличение в первую очередь объясняется влиянием проведения различных мероприятий в рамках «национальных годов», а кроме того, развитием и сближением двусторонних отношений.

Скачкообразность, в свою очередь, объясняется всплесками медиаактивности в связи со статьями, представляющими наибольший интерес в рамках мероприятий «национальных годов» и сотрудничества двух стран в других сферах. Так, за рассматриваемый период можно выделить около восьми основных информационных поводов, давших абсолютное наивысшее значение:

1) январь 2006 г. — анонсирование Года России в Китае, проблема загрязнения Амура;

2) март 2006 г. — открытие Года России в Китае и визит В.В. Путина в Китай;

3) июнь—июль 2006 г. — саммит ШОС, Харбинская торговая ярмарка, а также автопробег журналистов в рамках мероприятий Года России в Китае «Пекин-Москва: этапы российско-китайской дружбы»;

4) сентябрь—ноябрь 2006 г. — XIII пекинская книжная ярмарка, проблема загрязнения Амура, ядерные испытания КНДР;

6) июнь 2007 г. — ответный автопробег российских журналистов по Китаю в рамках мероприятий Года Китая в России «Маршрутами китайско-российской дружбы: путешествие по Китаю», Форум женщин России и Китая;

7) август—сентябрь 2007 г. — IV Российско-китайский инвестиционный форум, Московская книжная ярмарка, российско-китайские антитеррористические учения «Сотрудничество-2007» и освещение итогов прошедших в августе учений в рамках ШОС;

8) ноябрь 2007 г. — закрытие Года Китая в России.

Также был определен оценочный уровень образа Китая в российских СМИ, а именно за исследуемый период (2006—2007 гг.) подсчитано количество положительных, нейтральных и негативных материалов и произведено сравнение с результатами за период до проведения «национальных годов» (рис. 1).

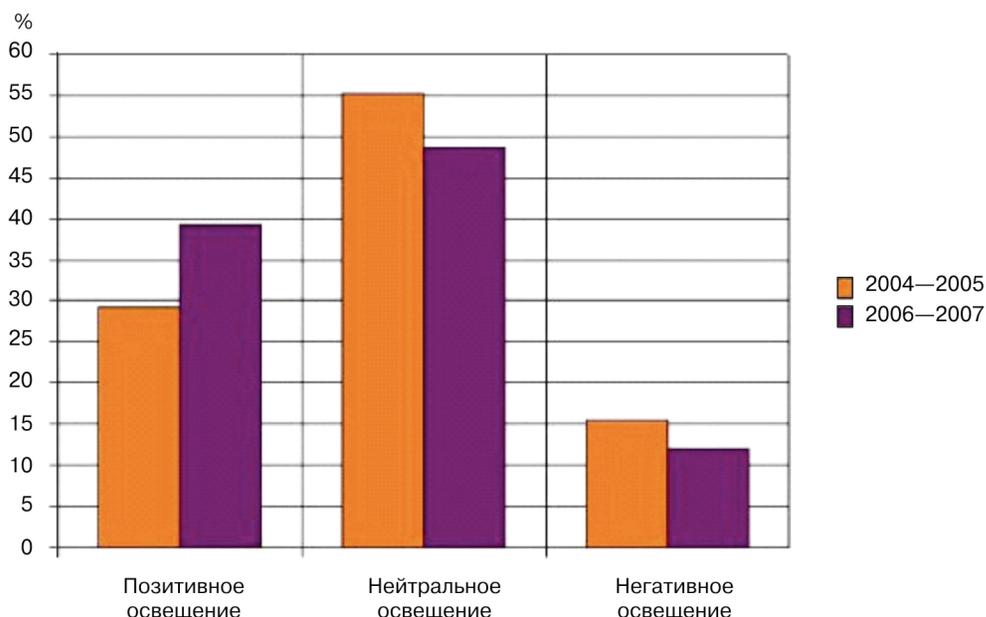
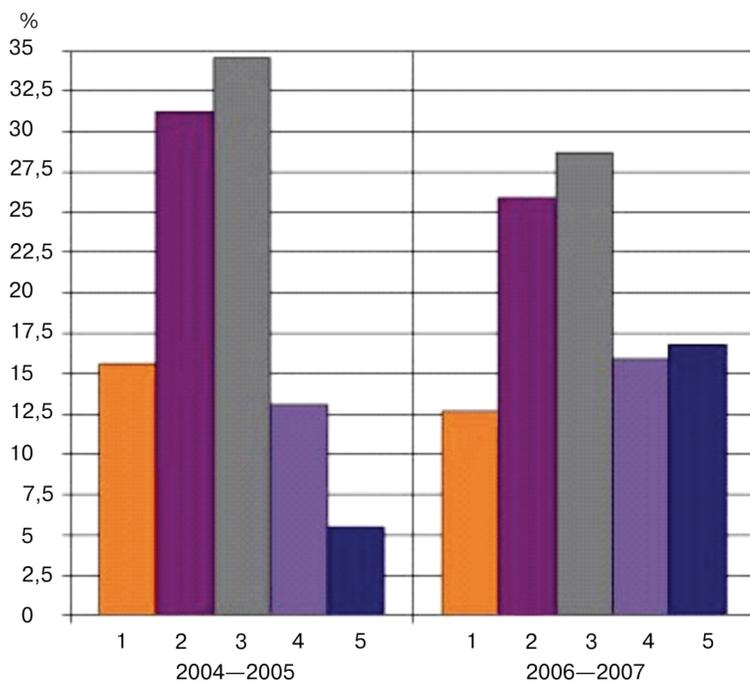


Рис. 1. Соотношение оценочных материалов, посвященных Китаю, в российских СМИ

Как видно из рисунка, в материалах российских СМИ о Китае преобладает нейтральное отношение к этому государству. Позитивного освещения китайской тематики почти вдвое больше, чем негативного, к тому же в связи с проведением Года Китая в России и Года России в Китае и положительной трактовкой этих мероприятий в СМИ наметилась тенденция роста позитивного взгляда на Китай в 2006—2007 гг. почти на 10% по сравнению с 2004—2005 гг. Данный рост стал возможен за счет незначительного снижения отрицательного взгляда на Китай (3% по сравнению с 2004—2005 гг.) и нейтрального взгляда (примерно на 7% за тот же период).

Если рассматривать распределение позитивной и негативной окраски материалов в несколько другом ключе, а именно по различным аспектам образа Китая, то можно выявить следующее. В образе Китая большинство компонентов его медиаимиджа в СМИ РФ являются дуалистическими — каждому негативному компоненту соответствует позитивный и наоборот. Так, экономический и геополитический аспекты образа Китая в прессе России разными СМИ и по различным поводам освещается как в позитивном, так и в негативном ключе. В освещении аспекта приграничного взаимодействия преобладает отрицательная окраска, в то время, когда гуманитарный аспект отражается в основном с положительной стороны. Аспект взаимодействия высшего руководства в образе Китая в российской прессе носит в основном информационно-нейтральный характер повествования.

Соотношение аспектов образа Китая в российской прессе показано на рис. 2.



**Рис. 2.** Соотношение аспектов образа Китая в российских СМИ

1 — контакты руководства; 2 — геополитический; 3 — экономический;  
4 — приграничное взаимодействие; 5 — гуманитарный

Из рис. 2 видно, что как в период с 2004 г. по 2005 г., так и в период с 2006 г. по 2007 г. доминирует экономический аспект. Это вполне закономерно, так как Китай, следуя новой политике во внешнеполитической информационной пропаганде, позиционирует себя как государство, стремительно развивающееся экономически и технически, и становящееся одним из основных, перспективных торговых партнеров, товарооборот с которым постоянно растет. А Россия — это один из основных торговых партнеров Китая. «По итогам 2006 года товарооборот между двумя странами, по российским данным, приблизился к 29 миллиардам долларов, а по китайским оценкам, превысил 33 миллиарда — прирост более чем на 40 процентов. К тому же поставлена цель к 2010 году довести объем товарооборота до более 60 миллиардов долларов» [6]. Однако стоит заметить, что в 2006—2007 годы доля экономического аспекта в образе Китая в СМИ значительно снизилась. В процентном соотношении для образа Китая это составляет 34,6% в 2004—2005 годах и 28,7% — в 2006—2007 годах от общего объема информации.

Довольно отчетливо прослеживается и то, что геополитический аспект образа Китая в российской прессе за весь исследуемый период прочно занимает второе место. Хотя его доля в последние годы, также как и у экономического аспекта, уменьшилась. Если в 2004—2005 годах геополитическая тематика составляла 31,2% от общего количества информационного поля, то в период с 2006 г. по апрель 2007 г. этот показатель упал до 25,9%.

В оценочном плане, как уже упоминалось, оба аспекта имеют дуалистический характер, что выражается в постоянном присутствии в информационном поле по данной тематике позитивно и негативно направленных материалов и применимо практически ко всем информационным поводам в рамках вопроса экономики и геополитики.

Так, постоянно используемый средствами массовой информации и коммуникации Китая в отношении России образ себя как важного стратегического партнера, с которым у РФ общие геополитические интересы — борьба с терроризмом и сепаратизмом, а также как естественного союзника в противостоянии гегемонии США, успешно подхватили российские СМИ, например: «Россия и Китай ведут согласованную политику и выступают против санкций в отношении Северной Кореи» (о ядерной проблеме КНДР) [7]; «в ходе встречи В.В. Путин — Ху Цзиньтао на саммите АТЭС в Ханое главы двух государств согласовали необходимость решения международных проблем о нераспространении ядерного оружия путем диалога и консультаций, подтвердили, что придерживаются единого взгляда на данный вопрос, и будут проводить скоординированную внешнюю политику» [8].

Однако одновременно появилось множество негативных публикаций, в которых, независимо от официальной точки зрения, СМИ заявляют о наличии совершенно других мотивов, которые заставляют Китай идти на сближение с Россией. Например, «Московская среда» опубликовала материал под заголовком «Гигант, вынашивающий экспансионные замыслы» [9], в котором заявлялось, что в будущем Китай может вступить в военный конфликт с Россией. Этот тезис ил-

люстрируется тем, что в школьных учебниках КНР значительная часть Приморья и других приграничных территорий имеют китайские названия.

В другой публикации отмечалось, что стремление Кремля к геополитическому и военному сотрудничеству с Китаем во многом связано с ухудшением отношений РФ со странами НАТО (прежде всего США), что может привести к возврату «холодной войны». При этом подчеркивалось, что российскому менталитету более соответствуют западные государства, в то время как Китай — это «загадочная и непредсказуемая страна» [10].

Из сказанного можно сделать вывод, что, несмотря на официальные заявления о достижении высокого уровня двусторонних отношений и стремления создания положительного образа Китая как важного стратегического партнера в информационном поле российских средств массовой информации до сих пор бытует опасение «экспансии Китая в Россию», недолговечности и непрочности отношений между двумя странами, возможности вооруженного конфликта с Китаем, а в китайских иногда прослеживается напряженность, основанная на воспоминаниях России и Китая в период «отчужденности».

В то же время заметное снижение доли экономического и геополитического аспекта медиаимиджа Китая в прессе России компенсируется увеличением интереса к теме гуманитарного партнерства и сотрудничества, а так же культуре и традициям Китая. На это, несомненно, повлияло проведение в 2006 г. Года России в Китае, и Года Китая в России в 2007 г. Так, в 2004—2005 гг. доля гуманитарного аспекта в образе Китая составляла всего 5,5%, а в 2006—2007 годах эта цифра возросла до 16,8%. Эти данные доказывают, что мероприятия в рамках Года России в Китае и Года Китая в России оказали значительное влияние на формирование медиаимиджа Китая в прессе РФ. Причем, принимая во внимание тот факт, что в основном СМИ придерживались позитивных оценок в описании этих мероприятий, то можно констатировать, что проведение национальных годов привело к улучшению восприятия образа Китая в России и в общем контексте.

Эти выводы косвенно подтверждают и публикации об итогах Года России в Китае и Года Китая в России: «Год России в Китае стал самым насыщенным культурными событиями за всю историю дипломатических отношений между двумя странами. Он позволил укрепить дружеские отношения и взаимопонимание между народами» [11].

На протяжении всего исследуемого периода в массмедиа сохраняют свои позиции аспект взаимодействия высшего руководства РФ и КНР и приграничный аспект. Они составляют 15,5% и 13,1% в 2004—2005 гг. и 12,7% и 15,9% в 2006—2007 гг. соответственно.

В оценочном плане аспект взаимодействия высшего руководства РФ и КНР на протяжении изучаемого периода не сильно влиял на основную конфигурацию медиаимиджа. Большинство публикаций носило официальный характер, сухо описывались происходившие события, цитировались выдержки из подписанных соглашений и принятых двусторонних документов. Стоит подчеркнуть, что все официальные материалы и сообщения носили определенную позитивную направлен-

ность и подчеркивали перспективное развитие двусторонних отношений России и Китая. Например, наиболее часто встречаемые формулировки и высказывания по данной тематике: «российско-китайские отношения находятся на очень высоком уровне. Они действительно развиваются по всем направлениям, они глубокие, действительно стратегические» [12]; «в настоящее время в китайско-российских отношениях наметились благоприятные тенденции развития, отработан механизм регулярных встреч, тесных контактов руководства» [13]; «после подписания Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между Россией и Китаем двусторонние отношения вступили в период всестороннего развития. Да и мероприятия национальных Годов Китая и России проводятся благодаря тому, что российско-китайские отношения вышли на такой высокий уровень» [14].

Только в российских СМИ можно было отметить негативный оттенок публикаций по данной тематике (и то с подтекстом и ссылкой на приграничный аспект), когда «В.В. Путин допустил легкий упрек в сторону китайских товарищей, высказав надежду на активизацию сотрудничества в области охраны окружающей среды, защиты рек и природы приграничных территорий в интересах народов двух стран» [15]. Это высказывание было сделано после загрязнения одного из притоков Амура со стороны китайской территории, которое получило широкий негативный отклик в российской прессе.

Приграничный аспект является зоной особой напряженности и негативного освещения. До настоящего времени в СМИ звучат мотивы «желтой экспансии», проблем границы, а в последние два года появилась тема экологической катастрофы: загрязнение Амура и его притоков химикатами с китайской стороны. Эти темы дают самый большой негативный фон в медиаимидже Китая и часто вызывают настоящую «истерию» в российских СМИ.

В заключение можно сделать обоснованный вывод, что проведение Года России в Китае и Года Китая в России оказало значительное влияние на формирование медиаимиджа КНР в прессе и внесло значительную корректировку в расстановку акцентов относительно восприятия китайского государства россиянами. Однако для того, чтобы эффективность мероприятий в рамках «национальных годов» не сошла на нет, необходимо повысить внимание к проблемам приграничного взаимодействия и не спровоцировать отклонения вектора геополитической и экономической тематики в негативную сторону. С приходом на пост президента России Д.А. Медведева азиатское направление внешней политики продолжает развиваться, а отношения с Китаем по-прежнему строятся на принципах дружбы, взаимосодействия и партнерства, что, несомненно, находит широкий отклик в средствах массовой информации обеих стран.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Ху Сяньчжань. Всемерно развивать роль культуры как моста между Китаем и Россией // Образ Китая в современной России — некоторые проблемы китайской истории и современной политики КНР в исследованиях российских и зарубежных ученых. — М.: Русская панорама, 2007.

- [2] *Ли Фэнлин*. Китайско-российские связи в гуманитарной области на фоне экономической глобализации // Китайско-российские связи в области науки, техники, образования и культуры в условиях многополярного мира / Гл. ред. Ван Ци. — Пекин: Изд-во Университета Цинхуа, 2004. — С. 365.
- [3] *Цзян Синь*. Российский китаевед Хуа Кэшэн: Ожидаем, что китайско-российские культурные связи превзойдут 50-е годы // Веньгуй бао. 24 марта 2006.
- [4] Жэньминь жибао. 31 октября 2005.
- [5] ИА «Синьхуа» // <http://www.xinhuanet.com/>, 21 марта 2006.
- [6] InfoRos, Национальный информационный проект. 29.03.2007. <http://www.inforos.ru/?id=17797>.
- [7] The Associated Press. 12 октября 2006.
- [8] ИА «Синьхуа» // <http://www.xinhuanet.com/>, 19 ноября 2006.
- [9] Московская среда. 24 ноября 2004.
- [10] Коммерсантъ // <http://www.kommersant.ru/>, 12 мая 2006.
- [11] ИТАР-ТАСС // <http://www.itar-tass.com/>, 10 августа 2006.
- [12] Сайт Президента РФ // [www.kremlin.ru/](http://www.kremlin.ru/), 18 ноября 2006.
- [13] ИА РосБалт // 17 июля 2006.
- [14] Жэньминь жибао // <http://www.people.com.cn/>, 22 марта 2006.
- [15] РИА Новости // <http://rian.ru/>, ИА «Синьхуа» // <http://www.xinhuanet.com/>, 19 ноября 2006 г.

## **FORMATION OF THE MEDIA IMAGE OF CHINA DURING THE YEAR OF RUSSIA IN CHINA AND CHINA YEAR IN RUSSIA**

**O.C. Konovalova**

Department of Theory and History of Journalism  
Russian Peoples' Friendship University  
*Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russia, 117198*

The article examines the full range of relations between Russia and China, and especially their coverage in the Russian media and communications.

**Key words:** Year of Russia in China, the Year of China in Russia, the media image, media, bilateral relations, information events, information fields, the Russo-Chinese relations.