

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

**Анализ имиджа России в китайских СМИ (на примере газеты «Жэньминь жибао»)**

**Научный руководитель – Федотова Лариса Николаевна**

**Юй Сяо**

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра рекламы и связей с общественностью, Москва, Россия

*E-mail: 310528359@qq.com*

После распада Советского Союза Россия стала крупнейшим соседом Китая. Две эти страны имеют широкий круг общих интересов, реализуемых в ходе стратегического партнерства. Следствием этого, помимо экономических параметров, является позитивное отношение населения двух стран друг к другу. Особая роль в создании такого отношения принадлежит прессе. Не случайно с 2015 года проводится китайско-российский медиафорум: сотрудничество двух стран в области СМИ заметно укрепляется.

Наше исследование фокусируется на освещении образа России основными СМИ Китая на примере газеты «Жэньминь жибао» в период с 2017 по 2019 год методом контент-анализа. «Жэньминь жибао» - это орган ЦК Компартии Китая, ежедневный тираж 3,2 млн экз., что делает ее крупнейшей газетой в стране. Газета является ориентиром для редакционной

политики прессы Китая, поэтому, анализируя материалы «Жэньминь жибао» о России, мы можем наблюдать изменения имиджа России в прессе Китая в последние годы.

Мы проанализировали «Жэньминь жибао» с января 2017 г. по декабрь 2019 г., беря за основу статьи, содержащие упоминания "Россия". Оказалось, что за исследуемый период таких материалов было опубликовано 402. Тематический анализ показал, что материалы делятся на семь типов: политические, экономические, военные, культурные, социальные, спортивные и исторические. Но особенно важно в свете конструируемого имиджа страны то обстоятельство, что содержание статей можно представить как позитивное, нейтральное и негативное по отношению к России.

На основе анализа статистических данных по выбранным категориям содержания мы получили следующие результаты:

Количество статей, упоминаемых Россию, в «Жэньминь жибао» с 2017 по 2019 год несколько сокращается год от года, но при этом доля ежегодных материалов, связывающих Китай и Россию, растет: За последние три года в газете было опубликовано 402 статьи о России, в 2017 году доля статей с упоминанием и Китая и России среди всех статей с упоминанием «России» составляет 59%. В 2018 г. - 69%, в 2019 г. - 86%. Это свидетельствует о частоте обменов между двумя странами. Укрепление китайско-российского регионального сотрудничества является приоритетным направлением стратегии развития Дальнего Востока России. Сотрудничество и развитие экономических отношений между Китаем и Россией отражается и в содержании главной партийной газеты Китая.

Материалы на политические и экономические темы составили 70% среди всех упоминаний России в «Жэньминь жибао», за ними следуют социальные (8%), военные (7%), культурные (7%) и спортивные (6%). «Жэньминь Жибао» неоднократно упоминала тему «Встречи лидеров двух стран» в последние три года, здесь мы встречаем слова "Дружба", "визит", "присутствие", "стимулирование", "экономика", "энергия".

В последние годы в наших странах поочередно проводятся «Национальный год», «Год туризма» и «Языковой год», что стимулирует общественный интерес населения двух

стран, сближает их. За последние три года «Жэньминь Жибао» сообщала, что главы Китая и России встречались 23 раза. По мнению китайцев, Россия является добрым соседом Китая.

При этом статьи на политические темы в основном позитивные, и лишь несколько из них нейтральны. Говоря об экономическом и торговом сотрудничестве между Китаем и Россией, упомянем, что полученные нами статистические результаты по экономическим темам в «Жэньминь жибао» таковы: в период с 2017 по 2019 год здесь было опубликовано 80 экономических статей, среди них 58 статей о сотрудничестве Китая и России.

Таким образом, наше исследование показало, что газета «Жэньминь жибао» в основном сообщает о России положительные сведения, подчеркивая, что Китай и Россия становятся все ближе и ближе, а сферы сотрудничества увеличиваются. Газета позиционирует Россию и Китай как «хорошие соседи и хорошие партнеры навсегда».

В той мере, в какой китайско-российские отношения будут углубляться, освещение России в основной официальной газете Китая будет важной частью ее содержания.

### Источники и литература

- 1) Головлева Е.Л. Истоки стратегических образов России как основа формирования современного имиджа страны. Монография. М.: Изд-во Московского гуманитарного ун-та, 2019.
- 2) Дай Чанчжэн Исследование о создании национального имиджа. Шанхай, 2014.
- 3) Неймар М. Международный имидж России. // Мир и политика. Серия 10, 2012.
- 4) Федотова Л.Н. Анализ содержания - социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Институт социологии РАН, Научный мир. 2001.
- 5) Федотова Л.Н. Эффективность коммуникации в связях с общественностью. М. 2018.
- 6) Чжуан Янь Анализ российского образа в основных китайских СМИ. // Вестник Китайского университета массовой коммуникации. Серия 9, 2016, Журналистика и коммуникация, С. 61-66.