

Международная журналистика как элемент культурной дипломатии в Китайской народной республике

International journalism as an element of cultural diplomacy in People's Republic of China

DOI: 10.12737/2587-6295-2026-10-2-23-35

УДК 327. 8

Получено: 20.04.2026

Одобрено: 22.05.2026

Опубликовано: 25.06.2026

Бреслер М.Г.

Канд. филос. наук, доцент кафедры Международных отношений, истории и востоковедения, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа
e-mail: bremmaster@yandex.ru

Bresler M.G.

Candidate of Philosophy, Associate Professor of the Department of International Relations, History and Oriental Studies, Ufa State Petroleum Technological University, Ufa
e-mail: bremmaster@yandex.ru

Головко А.П.

Магистрант, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа
e-mail: govooh@gmail.com

Golovko A.P.

Master's Degree student, Ufa State Petroleum Technological University, Ufa
e-mail: govooh@gmail.com

Аннотация

Целью настоящей работы является выявление редакционных стратегий и форматов использования международной журналистики Китая в качестве элемента культурной дипломатии с 2023 по 2025 г. В статье использовались такие *методы* научного исследования, как концептуальный анализ культурной дипломатии, количественный контент-анализ, критический дискурс-анализ Н. Фэркло, а также метод стратифицированной выборки эмпирических материалов англоязычных платформ CGTN, China Daily и Xinhua. Авторы статьи утверждают, что китайские международные СМИ функционируют не как прямые каналы пропаганды, а как гибкий культурно-дипломатический механизм, осуществляющий непрямую трансляцию национальных кодов через их «упаковку» в нейтрально-позитивные форматы: развлекательные индустрии, образовательные программы и технологические проекты. *Эмпирический анализ* демонстрирует региональную дифференциацию дискурсивных подходов. В разных региональных контекстах коммуникационные стратегии могут акцентировать различные аспекты. Например, для аудитории России и Центральной Азии часто более релевантны нарративы диалога, равноправного взаимодействия и личного опыта. В западных странах (Европа и США) коммуникации нередко фокусируются на инновациях, рыночных результатах и внешней валидации. В ряде стран Африки значимым фактором может быть акцент на инвестиционных и технологических возможностях международных партнёров,

включая Китай. Однако данные различия являются обобщениями и могут существенно варьироваться внутри каждой аудитории. Одновременно авторами систематизируются ключевые ограничения эффективности данной модели: структурный кризис доверия в западном информационном пространстве, алгоритмические барьеры платформенной дистрибуции, сложности смысловой адаптации ценностных концептов и растущая геополитическая поляризация. *Теоретическая и практическая значимость* исследования заключается в разработке аналитической матрицы для системного изучения медиа участия в культурной дипломатии, а также в обосновании необходимости перехода КНР от «институционального» к «сетевому» формату культурной дипломатии.

Ключевые слова: культурная дипломатия, международная журналистика, мягкая сила, Китай, дискурс-анализ, Глобальный Юг.

Abstract

The purpose of this work is to identify editorial strategies and formats for using China's international journalism as an element of cultural diplomacy from 2023 to 2025. The article used such scientific research methods as a conceptual analysis of the theory of cultural diplomacy, quantitative content analysis, critical discourse analysis by N. Fairclough, as well as the method of stratified sampling of empirical materials from the English-language platforms CGTN, China Daily and Xinhua. The authors of the article argue that Chinese international media do not function as direct propaganda channels, but as a flexible cultural and diplomatic mechanism, that indirectly translates national codes through their "packaging" into neutral and positive formats: entertainment industries, educational programs and technology projects. The empirical analysis demonstrates the regional differentiation of discursive approaches: In different regional contexts, communication strategies can emphasize different aspects. For example, narratives of dialogue, peer interaction, and personal experience are often more relevant to audiences in Russia and Central Asia. In Western countries (Europe and the USA), communications often focus on innovation, market results, and external validation. In a number of African countries, the emphasis on investment and technological opportunities of international partners, including China, may be a significant factor. However, these differences are generalizations and can vary significantly within each audience. At the same time, the authors systematize the key limitations of the effectiveness of this model: a structural crisis of trust in the Western media space, algorithmic barriers to platform distribution, difficulties in semantic adaptation of value concepts, and growing geopolitical polarization. The theoretical and practical significance of the research lies in the development of an analytical matrix for the systematic study of media participation in cultural diplomacy, as well as in substantiating the need for China's transition from an "institutional" to a "network" format of cultural diplomacy.

Keywords: cultural diplomacy, international journalism, soft power, China, media diplomacy, discourse analysis, Global South.

Введение

Информационное общество приносит новые возможности для расширения коммуникации в области мировой политики, где важное значение придаётся созданию и расширению сетей коммуникации со странами и регионами мирового сообщества, в том числе и методами культурной дипломатии. Культурная дипломатия, как раскрытие культурного потенциала страны позволяет наладить взаимопонимание и эффективное международное взаимодействие. В настоящее время подобный подход используется повсеместно, но в каждой стране имеется своя специфика. Важен и поучителен опыт Китайской народной республики последних лет. В материалах, публикуемых ведущими информационными компаниями КНР заметно существенное количественное усиление культурной дипломатии и качественная смена дискурса. Развивая построение «социализма с китайской спецификой» и «модернизацию в китайском стиле» (中国式现代化, Zhōngguó shì xiàndàihuà) Руководство Китайской народной Республики уделяет большое внимание продвижения страны в

глобальном информационном пространстве. Мы полагаем, что такое внимание связано с рядом причин:

Во-первых, китайская цивилизация (中华文明, Zhōnghuá wénmíng) является уникальным феноменом глобальной человеческой цивилизации и распространение нарративов китайской цивилизации позволяет создать уникальный информационный продукт для эффективной мировой коммуникации.

Во-вторых, развитие амбициозных глобальных проектов КНР, такие как международные транспортные коридоры, а также планы КНР на инвестиции в развивающиеся страны нуждаются в создании благоприятного, в отношении КНР, информационного фона.

В-третьих, усиление культурной дипломатии связано с внедрением концепции «двух комбинаций» (第二个结合, Dì èr gè jiéhé) – сочетание марксистской теории с современной практикой и традиционной культурой [15].

И наконец, в-четвертых, существует необходимость значительно улучшить имидж КНР после пандемии COVID19 и парировать направленную против КНР риторику консервативных кругов США, Евросоюза и других стран «Запада», а также укреплять и развивать позитивный образ КНР в развивающихся странах «Глобального Юга»¹ [7].

Актуальность темы обусловлена необходимостью осмысления эволюции основных нарративов в СМИ Китайской Народной Республики, с 2023 по 2025 г. Этот период характеризуется как масштабными инвестициями в инфраструктуру распространения информации, так и поиском новых форматов культурного диалога. Несмотря на растущий научный интерес, механизмы конструирования культурных нарративов, их алгоритмическая дистрибуция и региональная адаптация остаются недостаточно исследованными, что требует системного анализа редакционных подходов и смысловых фреймов. Опыт КНР в области распространения собственных нарративов, ценностей и смыслов посредством масс-медиа крайне важен для мировой политики, в том числе и для нашей страны. В настоящее время Россия уделяет большое внимание культурной дипломатии в странах Востока и Глобального Юга, что повышает ценность изучения эффективных методов культурной дипломатии КНР [6].

Цель исследования – выявить редакционные стратегии и форматы использования международной журналистики Китая в качестве элемента культурной дипломатии, показать специфику дискурса китайских официальных информационных материалов в различных регионах.

Обзор научной литературы

В восприятии категории «культурная дипломатия» имеются различные подходы. Западная исследовательская традиция рассматривает культурную дипломатию преимущественно через призму концепции «мягкой силы» Дж. Ная, который определяет «мягкую силу» как способность государства добиваться желаемого через привлекательность своих ценностей, культуры и политической модели, а не принуждением или экономическим стимулами [14]. В комплекс мер «мягкой силы» входит и «культурная дипломатия», как вид международной политической деятельности, включающий «обмен идеями, информацией, произведениями искусства и другими компонентами культуры между странами и народами с целью укрепления взаимопонимания» [9]. Один из ведущих экспертов «культурной дипломатии» Д. Кларк обращал внимание на учет специфических особенностей восприятия в различных странах, которые необходимо учитывать при «экспорте культурной дипломатии». Н. Гринчева свидетельствует о быстром прогрессе развития «исследований в области культурной дипломатии, включающем новые тематические области для изучения,

¹ «Глобальный Юг» - устойчивый термин для обозначения группы развивающихся стран Африки, Азии, Латинской Америки. В публицистических и научных трудах термин используется как обобщение группы стран противостоящих группе развитых стран «Запада» / «Севера». См. например статью Яковлева [7].

а также охватывающем более широкие культурные и политические регионы» [11]. Большое значение имеет культурная дипломатия для восстановления мира и согласия в регионах, бывших местом военного противостояния [13]. Культурная дипломатия использует близкие и понятные широким массам общественности символы для продвижения интересов своей страны и формирования имиджа бренда государства [8]. При этом культурная дипломатия – самостоятельный инструмент внешней политики, позволяющий построить долговременные коммуникации, заложить основу для эффективной публичной дипломатии [3].

Китайские исследователи адаптируют западные концепции, добавляя китайскую специфику. Ван Цзюньтао отмечает, что в китайской культурной дипломатии сохраняется структура концепции «мягкой силы», но вместе с этим делают акцент на «гармоничной дипломатии», многообразии путей развития и коллективных ценностях [1]. Ключевым отличием китайского подхода является формула, выдвинутая 31 мая 2021 г. Генеральным секретарем ЦК КПК Си Цзиньпином, на 30-м коллективном заседании Политбюро ЦК КПК 19-го созыва, «Рассказывать историю Китая [в позитивном ключе]» (讲好中国故事, Jiǎng hǎo zhōngguó gùshi). Данная концепция смещает культурную дипломатию от пассивного обмена к активному конструированию нарративов, т.е. к адаптации контента для целевой аудитории. Глобальная цивилизация, как инициатива, выдвинутая Си Цзиньпином в 2023 г., продвигает культурное многообразие как основу международного диалога и формирует мандат для международной журналистики Китайской Народной Республики, поддерживая китайский взгляд на мировое культурное взаимодействие [16]. В отличие от Дж. Ная понятие «культурная дипломатия» в КНР трактуется шире, чем принято в классической теории «мягкой силы». Культурная дипломатия не только инструмент для управления имиджем страны в мировой политике, она несёт ценностно-мировоззренческую функцию в создании образа глобальной «ответственной державы». Один из ведущих экспертов КНР Чэн Ли² выдвигает восемь ключевых моментов, которые необходимо учитывать в культурной дипломатии. Это призыв к раскрытию исторической преемственности многотысячелетней истории китайской цивилизации и современных успехов КНР, использование понятного слушателю языка, диверсификации послания в зависимости от аудитории. Важной частью «китайской истории» Чэн Ли считает опору на общеизвестные ценности китайской цивилизации. «Вплетая в повествование концепцию «Дао», мы ... более полно и наглядно демонстрируем идеологическую и духовную силу, стоящую за китайскими историями» [19]. Предлагаемые Чэн Ли меры должны, по его мнению, снизить озабоченность мирового общества «возвышением Китая», убедить, что КНР стремиться «к дружбе и сотрудничеству со всеми странами, а не к “гегемонии”» [19].

Лиу Х., из Ланкаширского университета (Ланкашир, Великобритания) считает, что китайская культурная дипломатия через медиа выходит за границы понятия «мягкой силы», интегрируя востоковедческий подход, культурную гегемонию и национализм для позиционирования себя на глобальном рынке медиа [12]. Противоположное мнение высказывает Цю Шуаншуан из Российского университета дружбы народов им. П. Лумумбы (Москва Россия). Она определяет культурную дипломатию КНР через СМИ как инструмент внешней политики КНР, которая эволюционировала от реформ Дэн Сяопина, с фокусом на академические обмены и глобальные нарративы для преодоления напряжённостей [5]. Российские политологи придерживаются близкой с китайскими коллегами точки зрения, считая культурную дипломатию элементом международной журналистики, способствующим созданию доверительной среды посредством цифровых платформ и перевода литературы [4].

Данное исследование предполагает анализ лишь крупных корпораций, но мы отмечаем, что нарастает роль массовой культуры [10], продвигаемые в том числе и через социальных

² Чэн Ли – член Национального комитета Всекитайского собрания народных представителей (ВСНП), научный сотрудник Пекинской исследовательской базы по важным идеям Си Цзиньпина об укреплении и совершенствовании работы ВСНП, экс-директор Академического и редакционного комитета Института партийной истории и литературы ЦК КПК.

медиа. Tik-tok, Sina Weibo, WeChat и другие интернет-ресурсы позволяют обходить барьеры институционального недоверия и достигать молодежной аудитории, а также способствовать развитию связей между научными и аналитическими учреждениями [17]. Здесь надежды возлагаются и на многочисленные общины китайцев, в зарубежных странах, которые могут использовать цифровые технологии для формирования имиджа Китая с учетом специфики восприятия страны проживания [18].

Анализ таких медиа корпораций как CGTN, Xinhua и China Daily позволяет выделить редакционные стратегии, реализуемые в рамках китайской модели и способы ее адаптации к зарубежному вещанию и основные нарративы официального руководства КНР.

Таким образом, существующая научная литература фиксирует трансформацию роли китайских международных СМИ, однако недостаточно систематизирует механизмы адаптации дискурсивных стратегий под разные целевые аудитории. Представленный обзор обосновывает необходимость применения авторской аналитической матрицы для выявления конкретных редакционных паттернов, что и составляет предмет данного исследования.

Методы

Авторами для достижения цели исследования был применён комплексный методологический подход, сочетающий критический дискурс-анализ и структурированное сравнительное кейс-стади. Теоретико-методологическую основу составили концепции «мягкой силы» и публичной дипломатии, адаптированные для анализа публикаций в СМИ.

В работе использован комплексный подход, включающий:

- концептуальный аппарат теории «мягкой силы» и публичной дипломатии Дж. Най, Н. Калл, задающий теоретическую рамку анализа роли медиа в формировании международного восприятия;
- количественный контент-анализ, позволяющий оценить частотность культурных маркеров, тональность материалов и их целевую аудиторию;
- критический дискурс-анализ Н. Фэркло, направленный на выявление тематических фреймов, визуальных кодов и риторических стратегий;
- метод стратифицированной выборки эмпирической базы видеосюжеты и спецпроекты англоязычных платформ CGTN, China Daily, Xinhua за 2023–2025 гг., отобранные по тематическим кластерам: традиционная культура, современное искусство, поп-культура, образовательные проекты.

Такое сочетание методов позволяет рассматривать культурную дипломатию в КНР не просто как канал информирования, а как устойчивый культурно-дипломатический механизм, адаптирующий национальные смыслы для глобальной аудитории.

Для данного исследования были выделены три государственные информационные корпорации. Xinhua - официальное информационное агентство, обеспечивающий фактическую поддержку культурных мероприятий. China Global Television Network далее (CGTN) - глобальный телевизионный и цифровой центр, производящий визуальные культурные коды. China Daily - гигант печатного слова, специализирующийся на научно-популярном, информационном и научном жанре. Институциональная координация осуществляется на высшем уровне политической системы Китая, а именно - Центрального комитета КПК через Главное управление радио и телевидения, что позволяет координировать культурные нарративы с внешнеполитическими стратегиями. Данный институциональный контекст позволяет обосновать выбор для эмпирической базы исследования.

Результаты анализа

Для достижения цели данного исследования необходимо было структурировать связь между культурной дипломатией и медиа [2]. На табл. 1 представлена взаимосвязь таких категорий, как культурный домен (в рамках культурной дипломатии), дискурсивный фрейм, целевая аудитория сообщения и локализация получателей сообщения.

Матрица роли медиа в культурной дипломатии

Параметр анализа	Направления	Индикаторы в контенте
Культурный домен	Традиционная культура, современное искусство, поп-культура, образовательные проекты	Тематические маркеры, визуальные коды, упоминания институций
Дискурсивный фрейм	Диалог, превосходство, нейтральное информирование, контрнарратив	Лексические паттерны, модальность, риторические приёмы
Целевая аудитория	Европейский союз, США, Британское содружество, («Запад»). Восточная Азия, Африка (Глобальный Юг). китайская диаспора, внутренняя аудитория	Язык публикации, культурные отсылки, платформа распространения
Локализация	Совместное производство, адаптация языка, привлечение местных экспертов	Упоминания партнёров, наличие субтитров или дубляжа, цитирование локальных авторов

Данная матрица (см. табл. 1) позволяет перейти от общих рассуждений о «роли медиа в культурной дипломатии» к системному анализу конкретных журналистских практик, что составляет методологическую основу эмпирической части исследования.

Для данного исследования была собрана эмпирическая база методом целевого отбора репрезентативных кейсов, отражающих ключевые направления культурной дипломатии КНР в международных медиа. В выборку вошли 5 материалов, опубликованных на англоязычных цифровых платформах CGTN, China Daily и Xinhua в период 2023–2025 гг. Критерии включения: культурная тематика; ориентация на внешнюю аудиторию; наличие мультимедийных компонентов; репрезентативность для стран регионов Запада и Глобального Юга и различных форматов таких как видео, большие публикации, спецпроект, аналитика. Материалы отбирались через поиск по официальным разделам Culture / Culture and Lifestyle с фильтрацией по дате публикации и типу контента.

Репрезентативные кейсы для дискурс-анализа 2023–2025 гг.

№	Источник	Тип материала	Тема	Целевая аудитория	Обоснование выбора
1	China Daily	Большая статья «Domestic developers add twist to global gaming»	Поп-культура / современные индустрии	Международная молодежная и цифровая аудитория (Юг)	Демонстрация стратегии «мягкого входа» через культурные индустрии
2	Xinhua	Спецпроект «Feature: Confucius Institute builds cultural bridge between China»	Образовательные проекты	Академические и административно-образовательные круги зарубежных государств (Запад и Юг)	Институт Конфуция. Ключевой институт культурной дипломатии КНР
3	CGTN	Видео-эссе «Ожившие мифы древнего Китая»	Традиция + контрнарратив	Международная аудитория, заинтересованная в альтернативной культурной повестке (Запад)	Пример работы с негативными стереотипами через культурную повестку
4	China Daily	«Helping films attract global audiences»	Современное искусство	Международная профессиональная и массовая аудитория (Юг)	Демонстрация стратегии локализации через привлечение внешних голосов
5	CGTN	Документальный цикл «The Art of Chinese Tea»	Традиционная культура	Международная культурно-образовательная аудитория (Запад)	Пример адаптации традиционного контента под западные форматы восприятия

С целью более подробного разбора и компактности данной статьи будут разобраны первый и второй кейс. На основе эмпирической базы и аналитической матрицы проведён сравнительный дискурс-анализ репрезентативных кейсов международных СМИ КНР. Анализ сосредоточен на дискурсивных стратегиях трансляции культурных кодов в зависимости от формата материала и целевой аудитории. Отобраны материалы, иллюстрирующие ключевые векторы международной журналистики как части культурной дипломатии, такие как кейс 1 о продвижении современных культурных индустрий как канал «мягкого входа», и кейс 2 о реализации образовательных проектов двустороннего диалога. Каждый кейс анализировался по параметрам авторской матрицы: дискурсивный фрейм, лексические и визуальные маркеры, механизмы локализации и степень конкретизация концепции «Расскажи историю Китая [в позитивном ключе] (讲好中国故事)»

Как видно из табл. 2, каждый из приведенных текстов обладает своим дискурсивным фреймом, адаптированным под запросы целевой аудитории и локализации потребителей информации (условный «Запад» и «Глобальный Юг»).

Более детальному анализу нами были подвергнуты два материала СМИ КНР — это статьи «Domestic developers add twist to global gaming»³ от China Daily и «Feature: Confucius Institute builds cultural bridge between China»⁴ издательства Xinhua.

Анализируя статью «Domestic developers add twist to global gaming» от China Daily, можно выделить, что китайские игры представлены как носители «rich Eastern cultural elements», что можно перевести как богатые восточные культурные элементы, которые добавляют «китайский твист» Chinese twist в глобальную индустрию. Это не просто развлечение, а культурный экспорт нового типа. Акцент делается на международные площадки Game Developers Conference в Сан-Франциско, сотрудничество с западным партнёром таким как Apple CEO Tim Cook, с ориентацией на глобальный рынок [10]. Ключевой фразой материала можно назвать «Adding a Chinese twist to the worldwide gaming industry (внесение китайского колорита в мировую игровую индустрию)», которая легитимирует культурную экспансию через язык инноваций, а не идеологии.

Таблица 3

**Лексические паттерны и риторические приёмы
«Domestic developers add twist to global gaming»**

Приём	Пример из текста	Функция
Внешняя валидация	«Apple CEO Tim Cook praised its "incredibly immersive experiences"»	Легитимация через авторитет западного лидера мнений
Статистическая аргументация	«50 million downloads», «\$18.5 billion in 2024», «\$39 billion by 2027»	Создание образа неизбежного роста и рыночной состоятельности
Государственно-частное партнёрство	«Guangdong has streamlined the review... putting them on a global fast track»	Демонстрация системной поддержки без прямого упоминания идеологии
Культурный код как конкурентное преимущество	«Inspired by China's rich heritage», «Eastern cultural elements»	Трансформация традиции в актив глобального позиционирования
Технологический детерминизм	«cutting-edge technologies», «wider application of AI»	Смещение фокуса с «пропаганды» на «инновации»

Статья демонстрирует смешанную стратегию локализации, направленную на международную аудиторию. Язык материала — английский; публикация в международном разделе China Daily усиливает внешне ориентированную адресацию. Референсы на западные площадки и рейтинги, такие как Game Developers Conference, Weibo, Сингапур, Корея и Филиппины, создают сеть сравнений и точек соприкосновения с глобальными рынками. Внешние голоса, в частности цитата Тима Кука, выполняют функцию независимой валидации. Культурный баланс выстроен так, чтобы восточные элементы воспринимались как экзотическое и совместимое дополнение к существующим глобальным тенденциям, а не как доминирующий нарратив.

³ Domestic developers add twist to global gaming [Электронный ресурс] // China Daily. 12.05.2025. — Режим доступа: <https://www.chinadaily.com.cn/a/202505/12/WS68214ecce310a04af22beb96.html> (дата обращения: 14.04.2026).

⁴ Feature: Confucius Institute builds cultural bridge between China, Uzbekistan // Xinhua, 2025. URL: <https://english.news.cn/20250221/f9e6b021e07e45cf9715c5de7e496fb3/c.html> (дата обращения: 21.04.2026).

Визуальные коды, реконструированные по тексту, вероятно включают скриншоты игр, где традиционная китайская эстетика сочетается с современными 3D-технологиями; фотографии с международных мероприятий для демонстрации интеграции; и инфографику с графиками доходов как иллюстрацию коммерческого успеха.

Переходя к анализу статьи «Feature: Confucius Institute builds cultural bridge between China» издательства Xinhua, следует что дискурсивный фрейм статьи — это диалог через образование и технологическую модернизацию. Институт Конфуция представлен не как инструмент односторонней трансляции, а как культурный мост, где китайские и узбекские директора совместно управляют процессом, а студенты становятся активными посредниками между культурами. Акцент делается на VR, AI и геймификацию легитимируя традиционный культурный контент через язык инноваций, что соответствует стратегии мягкого входа в образовательную сферу. Ключевой фразой материала можно выделить «This institute is a cherished educational place for students», которая смещает фокус с государственного проекта на личностно-значимый опыт, усиливая эмоциональную привлекательность нарратива.

Таблица 4

Лексические паттерны и риторические приёмы
«Feature: Confucius Institute builds cultural bridge between China»

Приём	Пример из текста	Функция
Метафора «моста»	«unique "cultural bridge" connecting China and Uzbekistan»	Визуализация связи, а не доминирования; снижение барьеров восприятия
Бинарное лидерство	«Gao Hongzhen, the Chinese director... Saodat Nasirova, the Uzbek director»	Демонстрация равноправного партнёрства, а не культурной экспансии
Личные истории	Цитаты студентов (Gulnoza Khodjaeva) и преподавателей	Гуманизация проекта, переход от институционального к индивидуальному уровню
Технологический апгрейд	«virtual reality and artificial intelligence to enhance engagement»	Позиционирование традиционной культуры как совместимой с современностью
Дифференциация аудитории	«game-based methods for children... practical communication skills for adults»	Показ адаптивности методики под разные возрастные группы и потребности

Статья иллюстрирует глубокую стратегию локализации культурно-образовательного проекта через пять взаимосвязанных компонентов. Во-первых, географическую привязку к Ташкенту, Узбекистану, Центральной Азии в целом, конкретизирует целевую аудиторию и апеллирует к историческим связям региона с Китаем через Шёлковый путь, что повышает релевантность инициативы. Во-вторых, институциональное партнёрство с Ташкентским государственным университетом востоковедения обеспечивает локальную легитимацию через авторитетную образовательную площадку. В-третьих, двуязычное руководство и включение цитат студентов и преподавателей создает образ совместного управления и внутренней валидации проекта. В-четвёртых, культурный баланс подаёт китайскую культуру как дополнение к местной идентичности - мост между традициями, а не инструмент замещения. Визуальные коды, предполагаемые по тексту, включают фото аудиторий со смешанными символами - каллиграфия и узбекские орнаменты, иллюстрации применения VR/AR в обучении, портреты взаимодействующих участников и картографическая инфографика о сети институтов в регионе.

Анализ двух кейсов подтверждает гипотезу: международная журналистика КНР выступает как гибкий инструмент культурной дипломатии, адаптирующий дискурсивные стратегии под целевую аудиторию и формат. Основной паттерн — непрямая трансляция культурных кодов: вместо явных идеологических посланий медиа «упаковывают» культуру в нейтрально-позитивные форматы — развлекательные индустрии, образовательные программы, технологические инновации — что соответствует практической интерпретации концепции 讲好中国故事, где решающим становится не столько содержание, сколько способ подачи. Выявлена региональная дифференциация в восприятии коммуникационных стратегий: для аудитории Глобального Юга доминирующим становится нарратив диалога, локального партнёрства и субъектного опыта; в то время как для международно-ориентированных групп ключевым является нарратив успеха, технологических инноваций и внешнего признания. Это подтверждает представление о культурной дипломатии КНР как о многослойном, контекстно-адаптивном наборе инструментов. В итоге международная журналистика действует не только как средство передачи информации, но и как активный создатель смыслов, где дискурсивные приёмы, визуальные коды и методы локализации взаимно усиливают друг друга для достижения внешнеполитических целей посредством мягкой коммуникации.

Выводы

Подводя итоги, важно обозначить, что дискурсивные стратегии подтверждают гипотезу об адаптивном характере международной журналистики КНР, однако их практическая эффективность сталкивается с системными ограничениями. Сопоставив эмпирические результаты с моделями, можем выделить несколько выводов.

Эмпирический анализ подтвердил, что современная культурная дипломатия КНР, и в том числе международная журналистика, отличается прагматичностью и стремлением к эффективному воздействию на потребителя. Нами выделена устойчивая зависимость между дискурсивным фреймом и географией вещания: для аудитории Европы и США («Запад») акцент смещён на инновации, рыночный успех и внешнюю валидацию, для аудитории стран Африки, Центральной Азии («Глобальный Юг») приоритетны нарративы диалога, равноправного партнёрства и личного опыта, инвестиционные и технологические возможности КНР.

Это свидетельствует о контекстно-адаптивном характере культурной дипломатии Китая. В отличие от пропагандистских материалов 1950-1970-х годов, современный продукт международной журналистики и культурной дипломатии в целом адаптирован под ценности и приоритеты той группы потребителей, на которую данный продукт рассчитан. Ключевым паттерном является интеграция культурных кодов через нейтрально позитивные форматы, такие как индустрии развлечения, образования, технологических инноваций, что поддерживает концепцию «рассказывать историю Китая [хорошо]».

Практическая эффективность модели сталкивается с рядом барьеров. Кризис недоверия к государственным СМИ. Алгоритмическое дробление, ограничивающее охват незаинтересованной аудитории. Смысловое упрощение и искажение сложных ценностных концептов до экзотического клише. Усиление поляризации, трансформирующее культурный обмен в поле информационной и культурной войны.

Теоретическая значимость заключается в выявлении лексических паттернов и риторических приёмов, которые позволяют проследить связь между практикой международной журналистики и задачами культурной дипломатии.

Настоящее исследование выявило некоторые специфические особенности культурной дипломатии Китайской Народной Республики в области международной журналистики. Авторы планируют в дальнейшем расширить исследовательское поле на общее информационное поле, включающее социальные сети, мессенджеры, видеоблоги, где также наблюдается высокая активность КНР.

Литература

1. Ван Цзюньтао Особенности публичной дипломатии Китайской народной республики (исторический аспект) // Россия в глобальном мире. – 2021. – №21 (44). – С. 67-80. DOI: 10.48612/rg/RGW.21.17.
2. Ма Кун СМИ как инструмент «мягкой силы» Китая // YANGI RENESSANS DA ILM-FAN TARAQQIYOTI. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 335-338.
3. Романова Е.А. Исследование культурной дипломатии КНР в работах китайских и западных исследователей // Вестник Московского университета. Серия 27. Глобалистика и геополитика. – 2024. - №2. - С. 77-88. DOI: <https://doi.org/10.56429/2414-4894-2024-48-2-77-88>.
4. Цвык Г.И. Культурная дипломатия в современных международных отношениях (на примере России и Китая) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Всеобщая история. - 2018. - Т. 10. - №. 2. - С. 135-144.
5. Цю Ш. Культурная дипломатия как инструмент внешней политики Китая // Международные отношения. - 2025. - №1. - С. 36-44. DOI: 10.7256/2454-0641.2025.1.73240.
6. Чжан Цзэмин, Лю Тянь, Ван Тао Россия, Китай и Глобальный Юг: культурное сотрудничество как основа новой стратегии // Мир русскоговорящих стран. – 2025. – № 3 (25). – С. 5–28. DOI: 10.20323/2658-7866-2025-3-25-5/.
7. Яковлев П.П. Глобальный Юг: концептуальные подходы и социально-экономические процессы // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2021. – №14 (2). – С. 6-27. DOI: <https://doi.org/10.23932/2542-0240-2021-14-2-1>.
8. Boughton M. Putting on the Green Jersey': Irish artists as critical insiders and co-authors of an authentic nation brand // International Journal of Cultural Policy. – 2026. – №32 (1). – P. 92–111. DOI: <https://doi.org/10.1080/10286632.2024.2409746>.
9. Clarke D. Theorising the role of cultural products in cultural diplomacy from a Cultural Studies perspective // International Journal of Cultural Policy. – 2016. – Vol. 22. – Iss. 2. – P. 147–163. DOI: <https://doi.org/10.1080/10286632.2014.958481>.
10. Fu Gina Junhan, and Huiyi Wang. Mapping transnational flow of C-dramas through cultural assemblages: platformized audiencing as living practices // Global Media and China. – 2025. – № 20594364251349860. DOI: <https://doi.org/10.1177/20594364251349860>.
11. Grincheva N. The past and future of cultural diplomacy // International Journal of Cultural Policy. – 2024. – №30 (2). – P. 172-191. DOI: <https://doi.org/10.1080/10286632.2023.2183949>.
12. Liu X. China's Cultural Diplomacy: A Great Leap Outward? – New York: Routledge Publisher. – 2019. 272 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780429320293> or <https://knowledge.lancashire.ac.uk/id/eprint/30245>.
13. Njomza Mehani. Cultural Diplomacy and Trust-Building: Keys to Ethnic Conflict Resolution in Kosovo and the Western Balkans. //Conflict Resolution Quarterly. – 2025. –Vol. 43. – Iss. 1. – P. 113-121 DOI: <https://doi.org/10.1002/crq.21484>.
14. Nye J.S. Jr. Soft Power: The Means to Success in World Politics. – N.Y.: Public Affairs, –2004.
15. 吴霞 [У Ся]. 以历史主动精神推进中华文明新时代建设[Продвижение построения китайской цивилизации в новую эпоху в духе активного исторического развития] //西南大学学报 (社会科学版) [Журнал Юго-Западного университета (издание по социальным наукам)]. – 2025. – Т. 51. – №. 2. – С. 21-32. URL: <https://xbgjxt.swu.edu.cn/article/id/683e8f38ee641d5adcbeb5f6> (дата обращения: 7 мая 2026).
16. 习近平：讲好中国故事，传播好中国声音 (Си Цзиньпин: Хорошо рассказывайте историю Китая и эффективно распространяйте голос Китая) //Qstheory.cn, – 2021. URL: https://www.qstheory.cn/zhuanqu/2021-06/02/c_1127522386.html (дата обращения: 7 мая 2026).
17. 张志强, 陈秀娟, 韩晔 (Чжан Чжицян, Чэнь Сюцзюань, Хань Е.). 社交媒体时代中国智库国际传播机遇, 现状与提升路径 (Возможности, текущее состояние и пути

совершенствования международной коммуникации китайских аналитических центров в эпоху социальных сетей) // *中国科学院院刊* (Вестник Китайской академии наук.). – 2024. – Т. 39. – №. 4. – С. 771-784. URL: http://old2022.bulletin.cas.cn/publish_article/2024/4/20240415.htm (дата обращения: 7 мая 2026).

18. 符绍强, 黄爱武 (Фу Шаоцян, Хуан Айву). 海外华侨华人在中国国家形象建构中的作用机制研究 (Исследование роли и механизма участия зарубежных китайцев в формировании национального имиджа Китая) // *对外传播* (Международные коммуникации). – 2023. – №. 8. – С. 41-44. URL: <http://www.ims.sdu.edu.cn/info/1011/13534.htm> (дата обращения: 7 мая 2026).
19. 陈理 (Чэн Ли) 讲好新时代中国故事 要统筹处理好八大关系 [Чтобы достойно рассказать историю Китая в новую эпоху, мы должны должным образом выстроить восемь ключевых взаимоотношений] // *人民政协报* (Ежедневная газета Народного политического консультативного совета), 2025. URL: <http://www.cppcc.gov.cn/zxww/2025/06/30/ARTI1751252672518551.shtml> (дата обращения: 7 мая 2026).

References

1. Van Czhuntao Osobennosti publichnoi diplomatii Kitaiskoi narodnoi respubliki (Istoricheskii aspekt) [Features of Public Diplomacy in the People's Republic of China (Historical Aspect)]. *Rossiya v globalnom mire* [Russia in the Global World]. 2021, I. 21 (44), pp. 67-80. DOI: <https://doi.org/10.48612/rg/RGW.21.17>.
2. Ma Kun SMI kak instrument «myagkoi sily» Kitaia. [The Media as a Tool of China's Soft Power]. *YANGI RENESSANSDA ILM-FAN TARAQQIYOTI* [YANGI RENESSANSDA ILM-FAN TARAQQIYOTI]. 2025, V. 1, I. 1, pp. 335-338.
3. Romanova E.A. Issledovanie kulturnoi diplomatii KNR v rabotakh kitaiskikh i zapadnykh issledovatelei. [Research on China's Cultural Diplomacy in the Works of Chinese and Western Researchers]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 27. Globalistika i geopolitika* [Bulletin of Moscow University. Series 27. Global Studies and Geopolitics]. 2024, I. 2, pp. 77-88. DOI: <https://doi.org/10.56429/2414-4894-2024-48-2-77-88>.
4. Tsvyk G.I. Kulturnaya diplomatiya v sovremennykh mezhdunarodnykh otnosheniyakh (na primere Rossii i Kitaia). [Cultural Diplomacy in Modern International Relations (on the Example of Russia and China)]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Vseobshchaya istoriya* [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: General History]. 2018, V. 10, I. 2, pp. 135-144.
5. Cyu Sh. Kulturnaya diplomatiya kak instrument vneshnei politiki Kitaia. [Cultural Diplomacy as a Tool of China's Foreign Policy]. *Mezhdunarodnye otnosheniya* [International Relations]. 2025, I. 1, pp. 36-44. DOI: <https://doi.org/10.7256/2454-0641.2025.1.73240>.
6. Zhang Czemin, Liu Tian, Wang Tao. Rossiya, Kitai i Globalnyi Yug: kulturnoe sotrudnichestvo kak osnova novoi Strategii. [Russia, China, and the Global South: Cultural Cooperation as the Basis for a New Strategy]. *Mir russkoyazychnykh stran* [The World of Russian-Speaking Countries]. 2025, I. 3 (25), pp. 5–28. DOI: 10.20323/2658-7866-2025-3-25-5.
7. Yakoviev P.P. Globalnyi Yug: kontseptualnye podkhody i sotsialno-ekonomicheskie protsessy. [The Global South: Conceptual Approaches and Socio-Economic Processes]. *Kontury globalnykh transformatsii: politika, ekonomika, pravo* [Outlines of Global Transformations: Politics, Economics, and Law]. 2021, I. 14 (2), pp. 6-27. DOI: 10.23932/2542-0240-2021-14-2-1.
8. Boughton M. 'Putting on the Green Jersey': Irish artists as critical insiders and co-authors of an authentic nation brand. *International Journal of Cultural Policy*. 2026, I. 32 (1), pp. 92–111. 10.1080/10286632.2024.2409746.

9. Clarke D. Theorising the Role of Cultural Products in Cultural Diplomacy. *International Journal of Cultural Policy*. 2016, V. 22, I. 2, pp. 147–163. DOI: 10.1080/10286632.2014.958481.
10. Fu Gina Junhan, and Huiyi Wang. Mapping Transnational Flow of C-Dramas through Cultural Assemblages: Platformized Audiencing as Living Practices. *Global Media and China*. 2025, I. 20594364251349860. DOI: 10.1177/20594364251349860.
11. Grincheva N. The Past and Future of Cultural Diplomacy. *International Journal of Cultural Policy*, 2024, I. 30 (2), pp. 172-191. DOI: 10.1080/10286632.2023.2183949.
12. Liu X. *China's Cultural Diplomacy: A Great Leap Outward?* New York, Routledge Publisher Publ., 2019, 272 p.
13. Njomza Mehani. Cultural Diplomacy and Trust-Building: Keys to Ethnic Conflict Resolution in Kosovo and the Western Balkans. *Conflict Resolution Quarterly*. 2025, V. 43, I. 1, pp. 113-121 DOI: 10.1002/crq.21484.
14. Nye J.S. Jr. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. N.Y.: Public Affairs Publ., 2004.
15. 吴霞 [Wu Xia] 以历史主动精神推进中华文明新时代建设 [Promoting the Construction of a New Era of Chinese Civilization with the Spirit of Historical Initiative]. *西南大学学报 (Social Science Edition)*. 2025, V. 51, I. 2, pp. 21-32.
16. 习近平：讲好中国故事·传播好中国声音 [Xi Jinping: Tell China's Story Well and Spread China's Voice Effectively]. *Qstheory.cn*, 2021. Available at: https://www.qstheory.cn/zhuanqu/2021-06/02/c_1127522386.html (Accessed: May 7, 2026).
17. 张志强, 陈秀娟, 韩晔. [Zhang Zhiqiang, Chen Xiujuan, Han Ye.] 社交媒体时代中国智库国际传播机遇, 现状与提升路径 [Opportunities, Current Status and Improvement Paths of International Communication of Chinese Think Tanks in the Era of Social Media]. *中国科学院院刊 [Bulletin of the Chinese Academy of Sciences]*. 2024, V. 39, I. 4, pp. 771-784.
18. 符绍强, 黄爱武. [Fu Shaoqiang, Huang Aiwu] 海外华侨华人在中国国家形象建构中的作用机制研究 [Research on the Role and Mechanism of Overseas Chinese in Constructing China's National Image]. *对外传播 [International Communications]*. 2023, I. 8, pp. 41-44.
19. 陈理. [Chen Li.] 讲好新时代中国故事 要统筹处理好八大关系 [Telling China's Story in the New Era: Coordinating the Eight Key Relationships Properly]. *人民政协报*, 2025. Available at: <http://www.cppcc.gov.cn/zxww/2025/06/30/ARTI1751252672518551.shtml> (Accessed: May 7, 2026).