

ПОЛИТОЛОГИЯ

УДК 32.019.5

Се Чжоу

<https://orcid.org/0000-0001-8753-7182>

Чжан Цзэмин

<https://orcid.org/0000-0002-6692-544X>

Восприятие России современной китайской студенческой молодежью

Статья подготовлена в рамках деятельности Центра по изучению русскоговорящих стран (ЦИРС) Юго-Западного университета КНР при Министерстве образования Китайской Народной Республики

Для цитирования: Се Чжоу, Чжан Цзэмин Восприятие России современной китайской студенческой молодежью // Мир русскоговорящих стран. 2020. № 2 (4). С. 5-25. DOI 10.20323/2658-7866-2020-2-4-5-25

В статье описаны результаты социологического исследования представлений современной китайской студенческой молодежи об истории и культуре России, обоснована актуальность и значимость для дальнейшего развития китайско-российского сотрудничества подобного исследования, позволяющего оценить настроения современной китайской молодежи и ее отношение к России в новую эпоху. В статье описывается процедура проводимого с июня по август 2019 года эксперимента, реализованного при помощи компании «Beijing Zero Data», создавшей веб-страницу и базу данных вопросника, описывается онлайн-анкетирование в университетах, обосновываются принципы отбора респондентов для анкетирования по возрастному и гендерному признакам, а также по сфере профессиональной деятельности и политическому статусу. Охарактеризованы основные группы вопросов анкетирования, выявляющие различные аспекты как субъективных взглядов китайской молодежи на Россию и личных впечатлений о стране, так и знаний студентов об истории и географии России, современной политической и демографической ситуации, религиозных и культурных институтов; произведен анализ деятельности китайских СМИ по продвижению государственного имиджа России, выявлены факторы, способствующие, по мнению китайских студентов, двусторонним дружественным отношениям между Китаем и Россией: культурная коммуникация, международная торговля и технологическое сотрудничество, в меньшей степени стратегическое и военное сотрудничество. Приведена статистика и произведен анализ ответов респондентов, сделаны выводы о дальнейших перспективах молодежного сотрудничества между Китаем и Россией.

Ключевые слова: государственный имидж, социальная эмоция, СМИ, российско-китайские отношения, социологический опрос, онлайн-анкетирование, китайская молодежь, межкультурная коммуникация.

Xie Zhou, Zhang Zeming

The perception of Russia by modern Chinese students

The article shows the results of sociological study of modern Chinese students' ideas about Russian history and culture, as well as the novelty and importance of a present research for further development of Chinese-Russian cooperation which gives the opportunity to assess modern Chinese young people's opinions and their attitude to Russia in a new epoch. The article describes the process of the experiment which lasted from June to August of 2019 and was made with the help of «Beijing Zero Data» company which created a web-site and questionnaire database. The author of the article gives the description of online questioning in the universities, justifies the principles of choosing the respondents for questioning according to the age and gender and takes into consideration professional activity and political status. The article shows main groups of questions reflecting different aspects of both subjective views of Chinese young people on Russia and their personal impressions of the country, and the knowledge of the students of History and Geography of Russia, modern political and demographic situation, religious and cultural institutes. The article analyses the work of the Chinese Mass Media on the promotion of state image of Russia and shows the factors which would help bilateral friendly relations between China and Russia, cultural communication, international trade and technological cooperation and in a less degree strategic and military cooperation according to Chinese students' opinions. The article gives statistics and analysis of respondents' answers, makes conclusions about further perspectives of youth cooperation between China and Russia.

Key words: state image, social emotion, Mass Media, Russian-Chinese relationships, sociological survey, online questioning, Chinese young people, intercultural communication.

Россия и Китай являются близкими соседями, их общая граница составляет более 4 300 км. Обе страны представляет собой великие державы, ведь Россия имеет самую большую территорию в мире, а Китай – самое большое количество населения. Длительное историческое общение между Россией и Китаем прошло путь от сложных политических отношений до взаимопонимания и сотрудничества. С начала XX века ни одна страна в

мире не оказала такого огромного влияния на Китай, как Россия (включая Российскую Империю, Советскую Россию и Советский Союз). В конце XX – начале XXI вв. сотрудничество между Китаем и Россией в политической, экономической, военной, научно-технической и культурной областях постоянно укрепляется. Шанхайская организация сотрудничества, совместно созданная Китаем и Россией, стала образцовой моделью регионального

сотрудничества в мире. После того, как В. В. Путин вступил в должность президента России в 2000 году, российско-китайские отношения продолжали развиваться. 16 июля 2001 года по инициативе Цзян Цзэминя – тогдашнего Председателя КНР, был подписан договор «О добрососедстве, дружбе и сотрудничестве». Россия стала первой страной, которую посетил глава КПК Си Цзиньпин в качестве главы государства – председателя КНР [Посол РФ в КНР ...]. В мае 2015 года Китаем и Россией подписано «Совместное заявление Российской Федерации и Китайской Народной Республики о сотрудничестве по сопряжению строительства Евразийского экономического союза и Экономического пояса Шелкового пути». Этот новый план двустороннего делового сотрудничества между Китаем и Россией в рамках проекта «Один пояс и один путь» вывел китайско-российские отношения на новый уровень. В июне 2019 года председатель Китайской Народной Республики Си Цзиньпин нанес государственный визит в Россию и принял участие в 23-м Санкт-Петербургском международном экономическом форуме. В ходе визита главы двух стран выступили с совместным заявлением: «Вступая в новую эпоху, российско-китайские отношения получают дополнительные возможности для еще более масштабного развития» [Совместное заявление РФ и КНР ... , с. 1].

В этом процессе постоянного развития и совершенствования отношений между двумя странами особая роль отводится молодежи. Молодежь – это будущее нации, будущее китайско-российских отношений и народов двух стран. Между тем, контакты между молодыми людьми двух стран пока остаются достаточно ограниченными. Совершенно разные пути перехода на «экономические рельсы» в Китае и России совершенно по-разному отразились на воспитании молодежи двух государств. Социологи соглашаются, что у китайской и российской молодежи имеются точки соприкосновения. Нынешнее поколение молодых китайцев и молодых россиян выросло в период демографического спада в двух странах. Это поколение сталкивается с более жесткой конкуренцией на рынке труда, позже заводит семью, и очень похоже в своих потребительских привычках. Однако ввиду национальной специфики, у молодых людей двух стран все же больше различий, чем точек соприкосновения. И эти различия не способствуют установлению новых контактов между странами. За последние годы китайско-российские экономические отношения значительно углубились. Но в китайско-российских отношениях не хватает гуманитарной составляющей. И чтобы восполнить этот вакуум, китайцы и россияне должны больше знать друг о друге. Именно так представители подрас-

тающего поколения двух стран смогут оказать непосредственное влияние на политическую и экономическую составляющую стратегического партнерства. Именно этим и обусловлена актуальность предпринятого нами социологического исследования, цель которого – выявить отношение современной китайской молодежи к России, выяснить, насколько глубоки ее знания о России, каким предстает в глазах молодых людей имидж Российского государства. Исследование представлений студентов об имидже России очень важно для нас, чтобы точно оценить настроения современной китайской молодежи и ее отношение к России в новую эпоху. Чтобы предоставить более новую, научную и точную информацию и данные для изучения, с июня по август 2019 года наша исследовательская группа провела анкетный опрос «Эмоции современных китайских студентов в отношении России».

Метод опроса: Время анкетирования: 03.06.2019–14.08.2019. В рамках этого проекта мы поручили компании «Beijing Zero Data» создать веб-страницу и базу данных вопросника, а также провели онлайн-анкетирование в университетах, включая университеты проекта 985 и 211 (это проект по развитию системы высшего образования в Китае, основная цель которого – при сотрудничестве с местными правительствами вывести на мировой уровень несколько ведущих университетов Китая), а также

обычные вузы, в итоге 215 университетов, расположенных в различных районах Китая. В процессе опроса число непосредственных участников достигло 2013 человек, получено в общей сложности 1 490 выборочных проб, удалено 74 выборки, которые не соответствовали требованиям, и в итоге получено 1 416 действительных выборов.

Информация о респондентах: Возраст учащихся, участвующих в онлайн-опроснике, от 18 до 30 лет, что соответствует возрастным рамкам понятия «молодежь» (см. Табл. 1).

Таблица 1.
Возраст респондентов

	Число респондентов	Процент %
18-22 лет	787	55,6
23-26 лет	585	41,3
27-30 лет	36	2,5
Более 30 лет	8	0,6
Итого	1416	100,0

Соотношение полов (молодые люди – девушки) составляет соответственно 44 %: 56 %, что в выборке эффективно снижает погрешность, на которую влияет гендерный фактор (см. Табл. 2).

Таблица 2.
Информация о респондентах

	Число респондентов	Процент %
Мужской	623	44,0
Женский	793	56,0
Итоги	1416	100,0

Специальности опрошенных респондентов можно посмотреть в таблице 3. Группа проекта сознательно не включила в число респондентов, изучающих русский язык, чтобы получить мнение о России обычных людей, не занимающихся специально ее изучением.

Таблица 3.

Специальности опрошенных респондентов

	Число респондентов	Процент %
Философия	20	1,4
Экономика	130	9,2
Юриспруденция	79	5,6
Педагогика	111	7,8
Литература	204	14,4
История	22	1,6
Естественные науки	157	11,1
Инженерия	311	22,0
Агрономия	38	2,7
Медицина	126	8,9
Менеджмент	173	12,2
Военная наука	3	0,2
Отказ от ответа	42	3,0
Итого	1 416	100,0

Важным для исследования явилось и то, что 86,7 % среди респондентов составили члены Коммунистической партии (в том числе кандидаты в члены партии) и члены Коммунистического союза молодежи Китая.

Таблица 4.

Политический статус студентов

	Число респондентов	Процент %
Коммунистической партии (в том числе кандидаты в члены партии)	332	23,4
Коммунистический союз молодежи Китая	897	63,3
Другие партии	32	2,3
Без партии	155	10,9
Итого	1 416	100,0

Содержание опроса: В анкете был задан 31 вопрос, вопросы затрагивали следующие аспекты:

Информация о респондентах

Кроме вышеизложенной информации о поле, возрасте и сфере деятельности, респондентам были заданы вопросы: «Вы были в России?» и «У вас есть друзья, которым нравится русская культура?». Эти два вопроса, с одной стороны, позволяют увидеть, есть ли у китайских студентов представление о России, основанное на личном опыте, а, с другой стороны, выявить, каким образом мнение друзей как важный фактор влияет на отношение студентов к России.

Желание узнать Россию

Мы предложили три простых вопроса: «Хотите вы посмотреть русские фильмы или телевизионные сериалы?», «Хотите вы поехать в Россию, если у вас есть возможность путешествовать?», «Хотите вы познакомиться с русскими, если у вас есть возможность?» Эти вопросы позволяют непосредственно узнать, есть ли у студентов Китая желание познакомиться с Россией. После сбора информации мы обнаружили, что с 2016 по 2018 год количество выезжающих из Китая туристов увеличивается с каждым годом, а в 2018 году количество выезжающих туристов достигло 149,7 млрд, и Россия является значимым местом для китайских туристов, путешествующих в Европу [中国旅游研究院、携程旅游大数据

... , с. 1]. Количество китайских туристов в России в 2018 году превысило 2 млн [中国互联网络信息中心 ... , с. 3], поэтому результаты анкетирования, безусловно, свидетельствуют об интересе китайских молодых студентов к России.

Представления и знания о России

В этой части анкеты мы задали следующие четыре вопроса, затрагивающие четыре аспекта, касающиеся русских городов, политики, населения и религии: «Какие из этих городов принадлежат России?» (соответствующие ответы: «Москва», «Санкт-Петербург», «Минск», «Одесса», «Рига», «Тула», «Вильнюс», «Казань», «Ереван»); «Как зовут нынешнего российского президента?» (соответствующие ответы: «Борис Путин», «Владимир Путин», «Иван Путин», «Александр Путин»); «Какова численность населения России?» (соответствующие ответы: «80-90 миллионов», «130 миллионов», «180 миллионов», «более 200 миллионов»); «Какая религия наиболее распространена в России?» (соответствующие ответы: «Православие», «Католицизм», «Политеизм», «Ислам», «Протестанство», «Буддизм»). Эти вопросы несложные, поскольку подобная информация часто упоминается в новостных телесообщениях.

Субъективные взгляды на Россию и личные впечатления о стране, которые касаются российской политики, экономики, культуры и так далее.

Эта часть является основной в данной анкете. Эти вопросы отражают мнения и эмоции молодых китайских студентов относительно имиджа российского государства: «Какая страна или регион, по вашему мнению, ближе к России с точки зрения ее национальной системы и модели социального развития?» (соответствующие ответы: «Евросоюз», «США», «Китай» и «Япония»); «Россия поддерживает или угрожает миру во всем мире?»; «Что вы думаете об общем влиянии России на международное сообщество в настоящее время?»; «Вы с оптимизмом смотрите на перспективы развития России?»; «Как вы относитесь к распаду Советского Союза?» (соответствующие ответы: «Надеюсь, что Советский Союз можно восстановить», «Испытываю глубокое сожаление», «Жаль, но это результат неизбежного исторического развития», «Положительно», «Это заговор немногих политиков», «Неизвестно»); «Что вы думаете о феномене двух человек: г. Путина и г. Медведева, избираемых президентами по очереди?» (соответствующие ответы: «В. В. Путин ищет и воспитывает преемников», «Россияне больше доверяют президенту В. В. Путину», «Политическая игра», «Неизвестно»); «Считаете ли вы, что территориальная проблема в истории Китая и России является камнем преткновения в развитии российско-китайских отношений?»; «Создает ли у вас плохое впечатление о России возвра-

щение Крыма?»; «Как вы думаете, какое влияние Россия оказала на развитие Китая в прошлом веке?»; «Как вы думаете, каков преимущественный настрой китайских СМИ в сообщениях о России?» (соответствующие ответы: «Позитивный», «Негативный», «Нейтральный», «Неизвестно»); «За последние два года вы размещали или комментировали информацию о России в Интернете?» (соответствующие ответы: «Похвальные отзывы», «Нейтральные отзывы», «Ничего не написал»); «Вы общались с русскими студентами в вузах и какое впечатление они произвели на вас?» (соответствующие ответы: «Не общался», «Отличное впечатление», «Хорошее впечатление», «Нормальное впечатление», «Плохое впечатление», «Очень плохое впечатление»); «Какое общее впечатление о России у вас?» (соответствующие ответы: «Отличное», «Хорошее», «Нормальное», «Плохое», «Очень плохое»).

Основываясь на анализе ответов на вопросник, мы пришли к следующим выводам, которые последовательно изложим далее.

Характеристика знания китайских студентов о России

Анализируя ответы на вопросы о желании узнать Россию мы можем хорошо видеть, что молодые китайские студенты имеют сильное желание узнать Россию. Среди 1 416 респондентов у большинства есть желание смотреть русские фильмы или телевизионные сериалы, по-

ехать путешествовать и познакомиться с русскими (количество соответственно составляет 1 258, 1 341 и 1 334). Нетрудно увидеть, что более 90 % китайских студентов интересуются Россией. Но 4 простых вопроса, выявляющие, насколько хорошо они узнали Россию, показывают, что студенты располагают недостаточной информацией о России, и даже половина из них не знают, как зовут нынешнего российского президента (им хорошо известна только его фамилия). Про численность населения и религию менее 50 % студентов ответили правильно. При этом у студентов сложились не вполне благоприятные впечатления о России, поскольку противоречивый имидж России на международной арене в определенной степени повлиял на эмоции и мнение китайской молодежи. Почти половина респондентов (включая 42,9 %, чьи ответы являются «угрожает» и «неизвестно») не верят в то, что Россия поддерживает мир во всем мире, а также почти половина респондентов (43,7 %) ответили, что решение проблемы Крыма произвело на них негативное впечатление.

Что касается мнения студентов о российско-китайских отношениях, 44,5 % респондентов четко заявили, что территориальная проблема в истории России-Китая не является камнем преткновения для развития российско-китайских отношений (34,6 % респондентов считают «да» и 20,9 % респондентов «неизвест-

но»). Фактически 14 октября 2008 г. последняя проблема границы между Россией и Китаем уже была решена на Большом Уссурийском острове. В тот же день оба министерства иностранных дел подписали договор «О границе между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой на ее Восточной части» и приложения к нему. На протяжении всей истории до распада Советского Союза, когда две страны договаривались о пограничных проблемах, ситуация напряженности между Россией (Советским Союзом) и Китаем постепенно ослабевала. На фоне напряженности между Советским Союзом и Китаем пограничные переговоры были официальным каналом связи между двумя странами. По этой причине мы считаем, что спор о границах способствовал нормализации отношений между двумя странами. Отныне пограничная проблема полностью решена, и отношения между двумя странами находятся на лучшем в истории этапе. Что касается территориальной проблемы и ее влияния на развитие российско-китайских отношений в будущем, об этом нельзя судить в настоящее время. Проблемы, оставшиеся от истории, могут быть решены только в истории. И отношения между великими державами в конечном итоге часто меняются из-за изменения интересов обеих стран. Кроме того, только половина респондентов (55,6 %) считают, что Россия оказала положи-

тельное влияние на развитие Китая за последние 100 лет. Остальные респонденты считают, что влияние является «небольшим» (12,9 %), а некоторые даже считают, что оно «негативное» (16,1 %). 15,4 % респондентов ответили на этот вопрос «неизвестно». По результатам этих вопросов мы видим, что современные китайские студенты осмысленно относятся к советской помощи Китаю в прошлом и к разрыву китайско-советских отношений, они не критикуют вслепую, а могут трезво оценивать отношения между великими державами.

В целом, мы можем сделать следующие выводы: молодые китайские студенты имеют желание узнать Россию, но у них недостаточно общих представлений о стране и не всегда позитивные впечатления о России.

Общая направленность китайских СМИ отличается от того, что интересует китайских студентов.

Общественное мнение как особая форма социальной идеологии большей частью формируется средствами массовой информации. Наряду с газетами, радио и телевидением огромную популярность в современном мире имеет Интернет, оказывающий наиболее сильное воздействие на общественное мнение. Поэтому важное значение имеет рассмотрение отношения студентов к России с точки зрения сообщений в основных СМИ и общественного мнения в Интернет-публикациях. Основные средства

массовой информации – это средства массовой информации провинциального уровня и выше, они включают в себя газеты партийного комитета центрального правительства, провинций и муниципалитетов, а также радио-телевизионные станции центрального правительства и провинций. В новую эпоху китайский генеральный секретарь Си Цзиньпин отметил: «Продолжается развитие медиасферы, появляются медиа целых процессов, голографические медиа и полнофункциональные медиа. Информация вездесуща, и использована всеми, что приводит к глубоким изменениям в экологии общественного мнения, структуре СМИ и методах коммуникации. Работа с новостями и общественным мнением сталкивается с новыми проблемами» [中国建筑海外传播 ... , с. 7]. В настоящее время Китай вступил в «эпоху масс-медиа». 100 млн различных СМИ активно существуют на медиарынке. С точки зрения размера средств массовой информации и роли руководства общественным мнением, традиционные основные СМИ должны быть образцами и эталонами новых СМИ. СМИ, которые Китай теперь может называть «лидерами», включают «Жэньминь жибао (People's Daily)», «Цанькао сяоси (Reference news)», «Хуаньцю шибао» и «Чжунго цинван (China Youth Daily)».

«Жэньминь жибао» – газета Центрального комитета Коммунистической партии Китая, крупнейшая га-

зета в Китае, которая в 1992 году была названа ЮНЕСКО одной из десяти лучших газет в мире. По состоянию на 00:00 1 января 2017 года тираж Жэньминь жибао достиг 3,18 млн, достигнув стабильного роста в течение 15 лет подряд. Каналы сбора новостей и информации распространяются по всей стране и за рубежом, и газета выходит во всем Китае и в более 100 странах и регионах по всему миру. «Чжунго цинван», начавшая издаваться 27 апреля 1951 года, является одной из самых влиятельных газет в современном Китае. «Чжунго цинван» выходит тиражом 500 000 экз., а ее приложения тиражом более 800 000 экз. Она занимает второе место после Жэньминь жибао в центральной общенациональной ежедневной прессе. Темы, связанные с Россией, в обеих газетах играют важную роль в демонстрации государственного имиджа России и стимулирования признания России китайской аудиторией.

В этой статье мы выбрали две газеты – Жэньминь жибао и Чжунго цинван в качестве исследовательских носителей, которые имеют значительное влияние в Китае, посредством количественного анализа в сочетании с качественным анализом. Сообщения делятся на четыре

основные категории: политические, экономические, культурные и социальные. Политические сообщения включают новости о политике России и связанной с ней деятельности, иностранных делах, международных отношениях и военном деле; экономические сообщения включают в себя информацию о политике в отношении внутренней и международной экономики России и связанными с ними мероприятиями; культурные репортажи включают новости, охватывающие образование, культуру, спорт, здравоохранение, туризм и метеорологию и т. д.; социальные репортажи включают социальные явления, социальные события и социальные проблемы. Рассматривая новости, связанные с Россией в этих двух газетах, мы можем выявить следующие характеристики: сообщений меньше, чем в европейских странах, таких как США, Великобритания, Франция, Германия и т. д.; есть много политических сообщений, за которыми следуют культурные и военные. В целом, мы считаем, что Жэньминь жибао и Чжунго цинван показывают или формируют имидж России как политической державы, крупнейшей энергетической и мощной военной страны.

Таблица 5.

Факторы, способствующие двусторонним дружественным отношениям между Китаем и Россией

	Количество респондентов	Процент (%)
Техническое сотрудничество	925	65,3

	Количество респондентов	Процент (%)
Культурная коммуникация	1 031	72,8
Международная торговля	1 005	71,0
Взаимные визиты на высоком уровне	788	55,6
Энергетическое сотрудничество	816	57,6
Туризм	760	53,7
Обучение за границей	636	44,9
Стратегическое сотрудничество	4	0,3
Военно-оборонное сотрудничество	1	0,1
Другие	3	0,2

В вопроснике мы видим, что когда у китайских студентов спрашивают, какие факторы, способствующие двусторонним дружественным отношениям между Китаем и Россией, входит в тройку лидеров, мы получаем ответы: «культурная коммуникация» (1 031), «международная торговля» (1 005) и «технологическое сотрудничество» (925), и об этих аспектах не очень много сообщается в основных СМИ в Китае; в то же время «стратегическое сотрудничество» (4) и «военное сотрудничество» (1) являются главными в основных СМИ, но в результатах опроса мы обнаружили, что китайские студенты едва ли рассматривают эти два аспекта как позитивные факторы в развитии российско-китайских двусторонних отношений. Кроме того, сообщения СМИ о «взаимных визиты на высоком уровне» (788) и «энергетическом сотрудничестве» (816) заняли только четвертое и пятое места. Можно сказать, что сфера освещения в китайских СМИ отличается

от сферы интересов китайских студентов.

В области культурной коммуникации, которая больше всего интересует китайских студентов, мы видим, что усилия Китая и России становятся все более и более успешными. 2019 год – 70-летие установления дипломатических отношений между Россией и Китаем, в течение которых значительно возросло количество культурных мероприятий и форумов, совместно организованных Россией и Китаем. По данным веб-сайта Министерства культуры и туризма КНР, в 2019 году в Китае и России состоялось более 20 мероприятий и фестивалей искусств, в том числе: выставка живописи, посвященная 70-летию установления дипломатических отношений между Россией и Китаем; 16-е заседание Подкомитета туристического сотрудничества Китайско-российского комитета по культурному сотрудничеству; десятый китайско-русский культурный парад Большого плавания и др. [中华人民共和国文化和旅游部网站

官网 ...]. Эти мероприятия не только сократили дистанцию между участниками двух стран, но и позволили людям почувствовать яркую народную культуру России и ее прекрасные традиции. Более того, обмен иностранными студентами между Россией и Китаем также является важным показателем культурной коммуникации, что также тесно связано с личным интересом студентов. И будь то страна происхождения или страна назначения, количество и качество иностранных студентов в другой стране также влияют на взгляды студентов и оценку имиджа страны. Но к сожалению, согласно опроснику проекта, большинство китайских студентов (49,1 % респондентов) не касаются иностранных студентов из России. По поводу этой проблемы данные Министерства образования Китая очень показательны: 2016 года в Китае было всего 17 971 иностранных студентов из России, что составляло всего 4,06 % от общего числа китайских иностранных студентов. Число русских студентов, обучающихся в Китае, далеко от числа студентов из азиатских стран (Южная Корея занимает первое место, в итоге 70 540 студентов, что составляет 15,93 % от общего числа китайских иностранных студентов), и по сравнению с США (23 838, что составляет 5,38 %). Хотя число китайских студентов, отправляемых в Россию, занимает первое место в России, но все-таки

это небольшая часть китайских студентов, отправленных за границу [中国教育部官网 ...]. Согласно данным исследований, по состоянию на 2016 год Китай по-прежнему является основной страной-источником для иностранных студентов в США, Канаде, Австралии, Японии, Южной Корее и Великобритании. Согласно статистике, китайские студенты составляют более 30 % иностранных студентов в США, Канаде, Австралии и Новой Зеландии, а также 57,3 % и 49,3 % студентов в Южной Корее и Японии. В некоторых европейских странах таких как Великобритания, Швеция и Швейцария, хотя доля китайских иностранных студентов не превышает 10 %, но Китай все же является основной страной, направляющей иностранных студентов [中国教育部官网 ...]. Независимо от страны происхождения или назначения, Китай – крупная страна для обучения за границей, а Россия не присутствует в этом списке. С непрерывным продвижением проекта «Один пояс, Один путь», число иностранных студентов, обучающихся в странах этой линии, продолжает увеличиваться, но основными странами-источниками китайских иностранных студентов являются азиатские страны. Все явления указывают на то, что обмен китайскими и российскими студентами не достиг такого уровня, как обмен с США, Канадой, Австралией, а также Юж-

ной Кореей и Японией. Программа международного обмена студентами по-прежнему очень перспективна для обеих стран.

Что касается точности и нейтральности сообщений СМИ о России, только 30,9 % респондентов считают сообщения китайских СМИ о России нейтральными и достоверными. 51 % респондентов считают, что сообщения имеют позитивную направленность, а 8,4 % респондентов отмечают негативную направленность.

В отличие от сообщений в СМИ, онлайн-общественное мнение часто обладает характеристиками спонтанности, прямолинейности, неопределенности, чрезмерной эмоциональности, политической и социальной недальновидности и односторонности и отражает поверхностное общественное мнение. Согласно докладу, опубликованному Китайским Информационным Сетевым Интернет-Центром (CNNIC), по состоянию на июнь 2019 года группа пользователей Интернета в возрасте 10-39 лет составляла 65,1 % от общего числа пользователей Интернета, группа пользователей интернета в возрасте 20-29 лет самая большая, и доля достигала 24,6 %; доля пользователей Интернета с начальным и средним/техническим образованием составила 38,1 % и 23,8 % соответственно, и доля пользователей Интернета с высшим образованием и закончивших колледжи составила 10,5 % и 9,7 %; число городских пользовате-

лей составляло 630 млн человек, и его доля составляет 73,7 % от общего числа пользователей Интернета [中国互联网络信息中心 ... , с. 3]. Таким образом, сфера пользователей Интернета в Китае такова: в основном это молодые люди в городах в возрасте до 30 лет со степенью бакалавра или ниже. Студенты являются основной силой общественного мнения в Китае. Через анкетный опрос мы увидели, что более половины (54,4 %) китайских студентов не написали ни одного комментария или своего мнения о России в Интернете за последние два года, в то время как 18,1 % респондентов написали положительные комментарии, только 4,2 % респондентов написали отрицательные отзывы. Следует отметить, что большинство пользователей-студентов относятся к России положительно и очень здраво, ведь не очень хорошо зная Россию, они не делают опрометчивых и необоснованных выводов.

В целом, мы можем сделать следующие выводы: китайские СМИ уделяют интенсивное внимание таким областям, как стратегическое сотрудничество и взаимные визиты на высоком уровне, в то время как китайские студенты больше заинтересованы в информации о гуманитарных обменах, международной торговле и научно-техническом сотрудничестве.

Россия не имеет яркой культурной сферы в Китае для привлечения китайских студентов.

Таблица 6.

Какие русские сферы привлекают вас?

	Количество респондентов	Процент (%)
Русская кухня	639	45,1
Русская литература	578	40,8
Русские фильмы и сериалы	389	27,5
Русская косметика	243	17,2
Русская история	374	26,4
Русский язык	209	14,8
Русская музыка	310	21,9
Русская живопись	265	18,7
Русская архитектура	533	37,6
Экономическая сфера	253	17,9
Политическая сфера	344	24,3
Военная сфера	383	27,0
Спортивная сфера	124	8,8
Нет	68	4,8

Мы видим, что китайские студенты проявляют интерес к различным областям российской культуры. Однако, учитывая, что китайские студенты не очень хорошо знают Россию, интерес к различным областям на среднем уровне – это не очень хорошее явление. Напротив, мы считаем, что по сравнению с корейскими эстрадными развлечениями, японской мультипликацией и американскими фильмами, которые процветают в Китае, продвижение российской культуры пока еще слабое. В Китае трудно увидеть сильное российское культурное поле для привлечения студентов. Русская литература высококонкурентная и может породить множество соответствующих отраслей, таких как кино и телевизионные сериалы. Однако

мы обнаруживаем, что русская литературная индустрия в настоящее время также не стала сильным культурным полем в Китае, чтобы способствовать продвижению русской культуры, не говоря уже о конкуренции с другими странами в Китае.

Рассмотрим в качестве примера распространение русских фильмов в Китае. По сравнению с новостными СМИ, преимущество кинематографических и телевизионных работ в построении государственного имиджа заключается в том, что тот обладает более сильным культурным потенциалом и эстетическим воздействием. Люди могут эффективно воспринимать имидж страны через эмоциональные символы и элементы. [柯惠新,郑春丽,吴彦.中 ... , с. 18]

Российские кинематографические и телевизионные работы начали заимствоваться в Китае с началом установления дипломатических отношений между Советским Союзом и Китаем в прошлом веке, и их превосходные художественные приемы сразу привлекли китайцев. Эти фильмы и телевизионные сериалы не только отражают очарование слияния культур, но также показывают все аспекты жизни общества. Приведем конкретные данные о русских фильмах, поступивших на китайский рынок, и назовем десятку лучших кассовых сборов за последние пять лет (см. Табл. 7 [中国教育部官网]). Мы видим, что спорт, любовь и война по-прежнему являются важными темами русских фильмов. Фигуры и персонажи, которых они создают, в основном положительные, и описываемые ими социальные реалии – в основном положительные описания России. Среди них передовые технологии, теплая социальная среда и красивые пейзажи. В то же время нетрудно заметить, что даже, если качество русских фильмов улучшилось, и распространение расширилось, то этого еще недостаточно. Только один фильм из США «Мстители: Финал» сделал кассовые сборы в Китае более 4,2 млрд

юаней. А общее количество средств от продажи десяти лучших русских фильмов в Китае не достигло млрд юаней [中国教育部官网]. Что касается русских телевизионных сериалов, то они в основном представлены только через CCTV. В настоящее время, хотя Интернет развивается и видеоприложения улучшаются, но китайских платформ, которые тесно сотрудничают с Россией, очень мало. Из-за отсутствия пути распространения количество людей, интересующихся российскими телевизионными проектами, уменьшается, что мешает продвижению русских телевизионных сериалов. Российские кино- и телевизионные драмы имеют меньший спрос на рынке и меньшую аудиторию. Популярность российских кино- и телевизионных фильмов всегда была ограничена изучающими русский язык и заинтересованными людьми. Российские кино- и телевизионные сериалы имеют меньший спрос на рынке и меньшую аудиторию в Китае, привлекая лишь изучающих русский язык. Российские кино- и телевизионные фильмы менее разрекламированы в Китае; на видео-сайте даже нет специального раздела для русских; на форумах о России зарегистрировано очень мало участников.

Таблица 7.

Информация о первой десятке кассовых импортных фильмов из России (по состоянию на 15.10.2019)

Номер	Фильмы	Год выпуска в Китае	Стоимость (миллион юаней)	Оценки зрителей на Вэб-сайте «Доубань» (от общих 10 баллов)
1	Движение вверх	2019 г.	91,768	8,3
2	Снежная королева 3. Огонь и лед	2018 г.	74,224	4,8
3	Сталинград	2013 г.	71,969	6,1
4	Он-дракон	2016 г.	60,153	7,5
5	Снежная королева 2: Перезаморозка	2016 г.	35,746	4,8
6	Экипаж	2016 г.	30,792	7,7
7	Поиск	2018 г.	30,516	8,6
8	Снежная Королева 4: Зазеркалье	2019 г.	23,573	6,0
9	Мафия: Игра на выживание	2016 г.	21,096	3,7
10	Защитники	2017 г.	20,235	3,9

В целом, в настоящее время русские фильмы и телевизионные проекты по-прежнему имеют большой потенциал развития на китайском рынке. Но в настоящее время они лишь играют определенную вспомогательную роль для студентов, изучающих русский язык и связанные с ним специальности. Эти факторы препятствуют знакомству китайских студентов с русской культурой. В то же время мы надеемся, что Россия в будущем сможет создать яркий культурный бренд в Китае, содействующий эффективной межкультурной коммуникации.

Таким образом, анализ представленных в социологическом анкетировании ответов позволяет сделать следующие выводы. В целом у современных китайских студентов складывается неплохое общее представление о России, но из-за недостатка информации и дефицита общения они мало знакомы с политическими, экономическими и социальными и другими аспектами жизни современной России. Однако мы считаем, что благодаря интенсивным политическим обменам между двумя странами, у китайских студентов, несомненно, будет больше возможностей узнать о рус-

ских обычаях, российском обществе и русской природе, и эти всесторонние и объективные знания будут способствовать формированию положительного имиджа России. В настоящее время формирование позитивного мнения китайских студентов в отношении России может осуществляться путем углубления их знаний о стране и активного утверждения позитивного имиджа России. Это может быть реализовано за счет активного продвижения российских кинофильмов и телевизионных сериалов, способствующих распространению русской культуры. Особая роль в этом процессе отводится средствам массовой информации: китайские СМИ объективны и точны в формировании и продвижении имиджа России, однако в то время как основные СМИ продолжают придерживаться нейтрального и объективного стиля, необходимо постепенно расширять освещение России, обеспечивая достоверность сведений и развенчивая мифы и стереотипы. Несмотря на то, что некоторые открытые платформы СМИ в Интернете иногда высказывают не вполне обоснованное субъективное мнение о России, именно студенты, представляющие собой основной костяк интеллектуальной элиты страны, способны мыслить и анализировать выше «усредненного уровня» и адекватно воспринимать информацию.

Безусловно, ведущую роль в содействии продвижению русской

культуры играет китайское правительство, которое проводит русские культурные фестивали, художественные выставки и т. д. Различные формы ярких и интересных мероприятий смогут популяризировать русскую культуру среди людей. Это позволит большому количеству китайцев понимать русскую культуру, народные обычаи и устранить непонимание между представителями обеих стран и преодолеть культурные барьеры.

Россия и Китай считают, что «современные российско-китайские отношения характеризуются высокой степенью политического доверия; насыщенными контактами на высшем и высоком уровнях, разнообразными механизмами сотрудничества в различных областях; богатым по содержанию и стратегическим по значению практическим взаимодействием; прочной общественной базой двусторонних отношений, опирающихся на традиции дружбы между народами России и Китая, передаваемой из поколения в поколение; тесной и эффективной координацией на международной арене. Вступая в новую эпоху, российско-китайские отношения получают дополнительные возможности для еще более масштабного развития <...> укрепление дружественных связей между народами России и Китая, взаимообогащение и сближение культур» [Совместное заявление РФ и КНР ... , с. 2]. В лучший период российско-китайских отношений мы твер-

до верим, что молодежь двух стран будет постепенно повышать степень взаимного доверия. Китайские студенты позитивно настроены по отношению к России, и в соответствии с этой тенденцией, мы считаем, что формирование положительных социальных эмоций китайских

студентов в отношении России и продвижение позитивного имиджа России среди китайской молодежи выведет российско-китайские отношения на качественно иной уровень, соответствующий потребностям новой эпохи.

Библиографический список

1. Галенович Ю. М. Взгляд на Россию из Китая. Прошлое и настоящее России и наших отношений с Китаем в трактовке китайских ученых. Москва : Время, 2010.
2. Лукин А. В. Медведь наблюдает за драконом. Образ Китая в России в XVII – XXI веках. Москва : АСТ ; Восток – Запад, 2007.
3. Посол РФ в КНР: развитие Китая стало уникальным примером. URL: Russian.news.cn. (Дата обращения: 22.05.2020).
4. Совместное заявление РФ и КНР о развитии отношений всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия, вступающих в новую эпоху. URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/5413>. (Дата обращения: 22.05.2020).
5. Тихвинский С. Л. Восприятие образа России в Китае (Введ. Кисторич. обзор). Москва : Наука, 2008.
6. Юй Цзе Восприятие образа России в цинском Китае XVII – XIX вв. Тезисы докладов на XVI международной научной конференции «Китай, китайская цивилизация и мир. История, современность, перспективы». Москва, 25-27 октября 2006 г.
7. Fiske, John Media Matters: Everyday Culture and Political Change[M]. The University of Minnesota Press, 1994, 14-15.
8. Joseph Nye, Soft Power: The Means to Success in World Politics [M]. New York:Public Affairs, 2004.
9. P. Kotler.Marketing Management[M].New Jersey: Prentice Hall.2000.
10. Roselle, L J The New public diplomacy: soft power in international relations[J], Choice, Vol. 44, Iss.3, (Nov.2006).
11. 大数据中的国家形象——2016-2017国家形象社交媒体报告[R]. 2018.
12. 管文虎主编.国家形象论[M].电子科技大学出版社, 2000.
13. 黄会林, 杨卓凡:
我国电影国际传播与国家形象建构[J].中国党政干部论坛. 2018(09) : 18~21.
14. 柯惠新,郑春丽,吴彦.中国媒体中的俄罗斯国家形象——以对《中国青年报》的内容分析为例[J].现代传播(中国传媒大学学报), 2007(05): 31-34.
15. 李随安.半个世纪以来俄罗斯形象在中国的变化[J].中俄关系的历史与现实, 2009(00): 691-699.
16. 李彦冰.政治传播视野中的中国国家形象构建[M].中国社会科学出版社2014年5月第1版.

17. 席伟航.网络舆论、新闻舆论和社会舆论的异同[J].新闻与写作, 2010(07): 25-26.
18. 闫秋菊.俄罗斯电视产业发展现状和民众文化诉求分析与启示——以电视剧为例[J].黑河学院学报, 2018, 9(12): 16-18.
19. 许华.俄罗斯国家形象与软实力[J].俄罗斯东欧中亚研究, 2013(03): 10-20+95.
20. 杨青.从建构主义视角看俄罗斯形象在中国的嬗变[J].新视野, 2017(03): 116-122.
21. 杨昕沫.中俄两国青年眼中的彼国形象——基于民意调查的分析[J].湖南工业大学学报(社会科学版), 2018,23(04): 106-113
22. 习近平.加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局[J].前线, 2019(04): 4-7.
23. 中国建筑海外传播力实践研究课题组.战略沟通视域下央企海外传播与国家品牌形象构建——以中国建筑为例[M]. 国家形象——“一带一路”与品牌中国[M].清华大学出版社.2018年12月第1版.
24. 中国旅游研究院、携程旅游大数据: 2018年中国游客出境游大数据报告[R]. 2019.: 1.
25. 中国旅游研究院、携程旅游大数据: 2018年中欧旅游大数据报告[R]. 2019.: 3.
26. 中国互联网络信息中心(CNNIC): 第44次中国互联网发展状况统计报告[R]. 2019.8.: 3
27. 中国票房网: <http://www.cbooo.cn> [DB/OL]. 2019.12.10./2019.12.10.
28. 中国教育部官网: <http://www.moe.gov.cn/> [DB/OL]. 2019.9.5./2019.12.10.
29. 中华人民共和国文化和旅游部网站官网: <https://www.mct.gov.cn/> [DB/OL]. 2019.9.5./2019.12.10.
30. 庄严.中国主流媒体中的俄罗斯报道分析——以《人民日报》中的“俄罗斯议题”为例[J].现代传播(中国传媒大学学报), 2016,38(09): 61-66.

Reference List

1. Galenovich Ju. M. Vzglyad na Rossiju iz Kitaja. Proshloe i nastojashhee Rossii i nashih otnoshenij s Kitaem v traktovke kitajskih uchenyh = The view on Russia from China. Past and present of Russia and our relationships with China according to Chinese scientists' opinions. Moskva : Vremja, 2010.
2. Lukin A. V. Medved' nabljudat za drakonom. Obraz Kitaja v Rossii v XVII – XXI vekah = The bear is watching the dragon . The image of China in Russia in XVII-XXI cc. Moskva : AST ; Vostok – Zapad, 2007.
3. Posol RF v KNR: razvitie Kitaja stalo unikal'nym primerom = RF amdassador in China:the development of China has become a unique example. URL: Russian.news.cn. (Data obrashhenija: 22.05.2020).
4. Sovmestnoe zajavlenie RF i KNR o razvitii otnoshenij vseob#emljushhego partnerstva i strategicheskogo vzaimodejstvija, vstupajushhij v novuju jepohu = Joint statement of RF and China about the development of overall partnership relations and strategic interaction entering a new epoch. URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/5413>. (Data obrashhenija: 22.05.2020).

5. Tihvinskij S. L. *Vosprijatie obraza Rossii v Kitae (Vved. Kistorich. obzoru) = Russian image perception in China (Introduction to the historical review)*. Moskva : Nauka, 2008.

6. Juj Cze *Vosprijatie obraza Rossii v cinskom Kitaev XVII — XIX vv. = Russian image perception in Qing XVII — XIX cc. China Tezisy dokladov na XVI mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii «Kitaj, kitajskaja civilizacija i mir. Istorija, sovremenost', perspektivy»*. Moskva, 25-27 oktjabrja 2006 g. Fiske, John Media Matters: Everyday Culture and Political Change[M].

7. The University of Minnesota Press, 1994, 14-15.

8. Joseph Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics* [M]. New York:Public Affairs, 2004.

9. P. Kotler. *Marketing Management*[M].New Jersey: Prentice Hall.2000.

10. Roselle, L J *The New public diplomacy: soft power in international relations*[J], *Choice*, Vol. 44, Iss.3, (Nov.2006).

11. 大数据中的国家形象——2016-2017国家形象社交媒体报告[R]. 2018.

12. 管文虎主编.*国家形象论*[M].电子科技大学出版社, 2000.

13. 黄会林, 杨卓凡:

我国电影国际传播与国家形象建构[J].*中国党政干部论坛*. 2018(09) : 18~21.

14. 柯惠新,郑春丽,吴彦.*中国媒体中的俄罗斯国家形象——以对《中国青年报》的内容分析为例*[J].*现代传播(中国传媒大学学报)*, 2007(05): 31-34.

15. 李随安.*半个世纪以来俄罗斯形象在中国的变化*[J].*中俄关系的历史与现实*, 2009(00): 691-699.

16. 李彦冰.*政治传播视野中的中国国家形象构建*[M].*中国社会科学出版社*2014年5月第1版.

17. 席伟航.*网络舆论、新闻舆论和社会舆论的异同*[J].*新闻与写作*, 2010(07): 25-26.

18. 闫秋菊.*俄罗斯电视产业发展现状和民众文化诉求分析与启示——以电视剧为例*[J].*黑河学院学报*, 2018, 9(12): 16-18.

19. 许华.*俄罗斯国家形象与软实力*[J].*俄罗斯东欧中亚研究*, 2013(03): 10-20+95.

20. 杨青.*从建构主义视角看俄罗斯形象在中国的嬗变*[J].*新视野*, 2017(03): 116-122.

21. 杨昕沫.*中俄两国青年眼中的彼国形象——基于民意调查的分析*[J].*湖南工业大学学报(社会科学版)*, 2018,23(04): 106-113

22. 习近平.*加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局*[J].*前线*, 2019(04): 4-7.

23. *中国建筑海外传播力实践研究课题组.战略沟通视域下央企海外传播与国家品牌形象构建——以中国建筑为例*[M]. **国家形象——“一带一路”与品牌中国**[M].清华大学出版社.2018年12月第1版.

24. 中国旅游研究院、携程旅游大数据:
2018年中国游客出境游大数据报告[R]. 2019.: 1.

25. 中国旅游研究院、携程旅游大数据: 2018年中欧旅游大数据报告[R]. 2019.: 3.
26. 中国互联网络信息中心 (CNNIC) : 第44次中国互联网发展状况统计报告[R]. 2019.8.: 3
27. 中国票房网: <http://www.cbooo.cn> [DB/OL]. 2019.12.10./2019.12.10.
28. 中国教育部官网: <http://www.moe.gov.cn/> [DB/OL]. 2019.9.5./2019.12.10.
29. 中华人民共和国文化和旅游部网站官网 : <https://www.mct.gov.cn/> [DB/OL]. 2019.9.5./2019.12.10.
30. 庄严.中国主流媒体中的俄罗斯报道分析——以《人民日报》中的“俄罗斯议题”为例[J].现代传播(中国传媒大学学报), 2016,38(09): 61-66.