

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Российско-китайские отношения в интернет-СМИ (на материале
электронных версий “Российской газеты”, “Жэньминь жибао” и
мобильного приложения “Россия-Китай: главное”»)**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
МАГИСТРА**

студентки 2 курса 255 группы

направления 42.04.02 «Журналистика» (профиль «Системы управления
средствами массовой информации и коммуникации»)

Института филологии и журналистики

Громовой Полины Владиславовны

Научный руководитель

к. филол. н., доцент

А.А. Суворов

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор

В.В. Прозоров

Саратов
2025

Российско-китайские отношения являются одной из острых тем, транслируемых СМИ. **Актуальность темы ВКР** обусловлена стремительным развитием российско-китайских отношений. Двусторонние отношения между Россией и Китаем в разных областях последние несколько десятилетий укрепляются. Растет интерес к изучению сотрудничества и коммуникации между двумя странами в научном сообществе и с сфере медиа.

Интерес к теме определяется и современным этапом развития мировых держав. Однополярный мир, в котором главенствует одна сверхдержава – США – постепенно становится многополярным, где политическое и экономическое влияние распределяется между несколькими странами. К ним относятся в том числе Россия и Китай. Важность этого перехода неоднократно подчёркивалась в новостных материалах исследуемых нами СМИ. В связи с этим, освещение отношений между двумя странами заслуживают всестороннего изучения.

Материалом исследования служат электронные версии «Российской газеты» и «Жэньминь Жибао», а также мобильное приложение «Россия-Китай: главное». Проанализировано 926 публикаций «Российской газеты», 536 – «Жэньминь жибао» и 535 – мобильного приложения. Всего – 1997 публикаций. Нам интересно сравнить освещение отношений между Россией и Китаем в интернет-версиях официального печатного органа Правительства РФ и официального печатного органа Коммунистической партии Китая, а также на российско-китайской мобильной платформе.

Выбор исследуемых медиа определяется в том числе аудиторным потенциалом СМИ. По данным Яндекс Метрики за 2023 год, сайт «Российской газеты» ежемесячно посещают более 22 миллионов человек¹. Русскоязычная версия «Жэньминь жибао» – один из ведущих официальных русскоязычных медиаресурсов Китая². Аудитория мобильного приложения охватывает и русскоговорящих читателей, и владеющих китайским языком: приложение

¹ Медиакит «РГ» [Электронный ресурс] // «Российская газета» - URL: https://cdnstatic.rg.ru/uploads/attachments/2023/10/05/mediakit_pechatnye_sentyabr2023_rus_280.pdf (Дата обращения 02.05.2025). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

² Монастырёва, О.В. Русскоязычные СМИ Китая: история и перспективы развития // Журналистский ежегодник. 2012. №1. – С. 96-99.

может переключаться между русской и китайской версиями и имеет встроенный переводчик. Все исследуемые нами СМИ освещают международную повестку.

Цель работы: провести сравнительный анализ публикаций, посвящённых многообразным российско-китайским отношениям, ведущими государственными российским и китайским СМИ, а также совместным российско-китайским медиаресурсом.

В работе выделяются следующие **задачи**:

- рассмотреть семантику терминологических понятий «средство массовой информации», «интернет-СМИ», «информационная повестка»;
- составить базу данных публикаций о российско-китайских отношениях на трёх ресурсах;
- через количественный анализ материалов выявить основные направления двусторонних отношений, наиболее часто освещаемые в СМИ;
- проанализировать наиболее частотные общие для трех СМИ темы и инфоповоды;
- описать характеристики российско-китайских отношений в отражении исследуемых СМИ.

Работа представляет собой сравнение материалов по наиболее частотным темам и инфоповодам внутри наиболее репрезентативных в трех СМИ сфер сотрудничества РФ и КНР, выделенных на основе подсчета количества публикаций, – политической сфере, экономической сфере и в сфере гуманитарного сотрудничества России и Китая. Среди критериев сравнения – факт публикации материала по теме или конкретному инфоповоду, лексика публикаций, средства выразительности, наличие иллюстраций.

Исследовательский период охватывает год: с января 2023 по декабрь 2023. Основой для нашего выбора стало то, именно в этот период произошла

интенсификация российско-китайского взаимодействия, а также тот факт, что именно в этот год мы начали наше исследование.

Тематика освещения российско-китайских отношений волнует многих исследователей медиа. Отношения России и Китая исследуют учёные РУДН, СПбГУ, МГУ, Института Дальнего Востока РАН, Шанхайского университета иностранных языков, Университета китайской академии общественных наук и других. Теме освещения отношений Китая и России в СМИ, в том числе в «Российской газете» и «Жэньминь жибао», посвящены научные статьи Чживэнь Ч.³, Сюн Т.⁴, Лицзюнь Г.⁵, диссертации Цюаньбо Д.⁶ и А.С. Арчуговой⁷. Русскоязычные СМИ Китая исследуют О.В. Монастырёва,⁸ А.С. Давыдов,⁹ Н.Н. Кошкарлова¹⁰, Дэвань Ш.¹¹

В исследовании в качестве научной базы использовались труды ученых Института филологии и журналистики Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского: монография В.В. Прозорова «Власть современной журналистики, или СМИ наяву»¹², сборники статей «До востребования»¹³, «Властные функции СМИ: литературно-журнальные традиции и современная

³ Чживэнь, Ч. Освещение отношений России и Китая в китайской прессе // Теории и проблемы политических исследований. 2023. Том 12. № 3А-4А. – С. 130-138.

⁴ Тяньхун, С. Освещение отношений России и Китая в российской прессе // Теории и проблемы политических исследований. 2022. Том 11. № 5А. – С. 5-14.

⁵ Лицзюнь, Г, Цзяхуэй, Ч. Россия в официальной прессе Китая: новостной дискурс «Жэньминь Жибао» // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2022. № 2. – С. 193-204.

⁶ Цюаньбо, Д. Особенности имиджа КНР в русскоязычных печатно-сетевых СМИ Китая : дис. ... кандидата филологических наук : 10.01.10 / Ду Цюаньбо. – М., 2017. – 174 с.

⁷ Арчугова, А.С. Российско-китайские отношения в 2013-2022 гг. в периодических изданиях КНР : по материалам газеты «Жэньминь жибао» : дис. ... кандидата исторических наук : 5.6.1. / Арчугова А.С. – М., 2023. – 229 с.

⁸ Монастырёва, О.В. Русскоязычные СМИ Китая: история и перспективы развития // Журналистский ежегодник. 2012. №1. – С. 96-99.

⁹ Давыдов, А.С. Журнал «Китай»: первый год на российском рынке СМИ // Проблемы Дальнего Востока. 2007. №1. – С. 181-183.

¹⁰ Кошкарлова, Н. Н. Русскоязычные СМИ Китая как инструмент формирования медиаимиджа страны и мира // Политическая лингвистика. 2017. № 5 (65). – С. 85-88.

¹¹ Дэвань, Ш. Отражение российско-китайских отношений в русскоязычных СМИ КНР 2006-2016 гг. : образ Китая : автореферат дис. ... кандидата филологических наук / Шао Дэвань. – М., 2017. – 22 с.

¹² Прозоров, В.В. «Власть современной журналистики, или СМИ наяву». Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2004. 237 с.

¹³ Прозоров, В.В. До востребования...: избранные статьи о литературе и журналистике. Саратов : Изд-во Саратовского ун-та, 2010. – 208 с.

масс-медийная практика»¹⁴, «История медиакритики в России: очерки и материалы»¹⁵, статьи М.А. Кормилицыной и О.Б. Сиротининой «Идиостиль журналиста»¹⁶, статья А.А. Суворова «Интернет: масс-медийные характеристики»¹⁷.

Объектом исследования являются публикации «Российской газеты», «Жэньминь Жибао» и приложения «Россия-Китай: главное» о российско-китайских отношениях и совокупность средств, используемых СМИ при освещении российско-китайских отношений: средства информационного воздействия, средства выразительности, подбор иллюстраций. **Предмет** исследования – специфика освещения отношений России и Китая в СМИ, которую мы выявляем с помощью аналитического сравнения контента «Российской газеты», «Жэньминь жибао» и мобильного приложения «Россия-Китай: главное».

Ключевые слова работы: средства массовой информации, интернет-СМИ, информационная повестка дня, российско-китайские отношения.

ВКР состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы.

Первый раздел первой главы «**Теоретические основания темы**» посвящен обзору научной литературы – работам отечественных исследователей медиа, которые рассматривают понятия СМИ, интернет-СМИ и информационной повестки дня. Описывается специфика интернет-СМИ, которые включают в себя природу эпоса, лирики и драмы¹⁸. За рабочее определение интернет-СМИ берется трактовка Е.Г. Калугиной: интернет-СМИ – это «ресурсы в сети Интернет, деятельность которых связана с ответственным производством и распространением контента среди потенциально большой

¹⁴Властные функции СМИ: литературно-журнальные традиции и современная масс-медийная практика / под ред. В. В. Прозорова. – Саратов : Наука, 2006. – 206 с.

¹⁵ История медиакритики в России: очерки и материалы / под ред. В. В. Прозорова. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2019. – 352 с.

¹⁶ Кормилицына, М.А., Сиротинина, О.Б. Идиостиль журналиста. Статья первая // Медиалингвистика. 2014. №2 (5). – С. 40-48.

¹⁷ Суворов, А.А. Интернет: масс-медийные характеристики // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2009. №3. – С. 64-70.

¹⁸ Прозоров, В.В. «Власть современной журналистики, или СМИ наяву». Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2004. – 237 с.

аудитории и направлена на выполнение основных функций журналистики»¹⁹. В качестве рабочего определения информационной повестки дня предлагается использовать трактовку А.А. Казакова, который определяет информационную повестку следующим образом: «круг сюжетов или тем, имеющих приоритетное значение для средств массовой коммуникации в определенный период времени»²⁰.

Во втором параграфе главы описывается методика исследования. Исследование проводилось в несколько этапов: были сформированы три базы данных – текстов публикаций трех СМИ по интересующей нас тематике – российско-китайским отношениям. Затем были выделены сферы российско-китайских отношений, представленные в трех исследуемых СМИ. Наиболее репрезентативными по количеству публикаций в трех СМИ оказались сферы экономики (всего – 830 публикаций в трех СМИ), политики (всего – 748 публикаций в трех СМИ) и гуманитарного сотрудничества (всего – 419 публикаций в трех СМИ), в связи с чем освещение отношений РФ и КНР именно в этих трех сферах оказалось в фокусе нашего внимания. Затем были выделены и проанализированы наиболее частотные общие для трех СМИ темы и инфоповоды внутри обозначенных сфер сотрудничества.

В ходе анализа материалов рассматривались заголовки, жанровая принадлежность публикаций, наличие иллюстративного материала, используемые средства выразительности.

Вторая глава **«История и характеристика исследуемых СМИ»** посвящена обзору истории взаимодействия китайских и российских СМИ в разные исторические периоды. Описывается влияние СМИ на восприятие аудиторией в России и Китае двусторонних отношений. Рассматривается история развития и характеристика интернет-СМИ, публикации которых послужили материалом исследования.

¹⁹ Калугина, Е.Г. О понимании интернет-СМИ в условиях развития гражданской журналистики // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2017. №28 (277). – С.94.

²⁰ Казаков, А.А. Теория установления повестки дня: основные подходы и направления исследования в российской политической науке // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2014. №3. – С. 41-56.

«Российская газета» позиционирует себя как современный мультимедийный холдинг, круглосуточно поставляющий качественную информацию о значимых событиях федерального, регионального и международного масштаба. Газета обладает особым статусом: нормативно-правовые акты и законы вступают в силу только после публикации в «Российской газете». Это первое в России СМИ, наделенное таким правом.

На официальном сайте RG.RU указывается, что «Российская газета» активно развивает сотрудничество с медиа Китая, в том числе в «Жэньминь жибао»²¹.

Газета «Жэньминь жибао» впервые была выпущена 15 мая 1946 года. Газета была главным печатным органом Центрального бюро КПК Шаньси-Хэбэй-Шаньдун-Хэнаньского освобожденного района. 1 августа 1949 года «Жэньминь жибао» стала центральным печатным органом ЦК КПК. В начале 1950 года, после подписания СССР и КНР договора «О дружбе, союзе и взаимной помощи», советская «Правда» и китайская «Жэньминь жибао» открыли корреспондентские пункты в Москве и Пекине²².

1 января 1997 года было запущено онлайн-издание «Жэньминь жибао». На русском языке сайт был открыт 5 июня 2001 года. Сегодня это один из ведущих официальных русскоязычных информационных порталов КНР.

Новостное мобильное приложение «Россия-Китай: главное» – «первая и единственная в своем роде российско-китайская информационная служба»²³. Выход приложения в 2017 году стал «первым опытом сотрудничества между СМИ двух стран в сфере новых медиа»²⁴. Исследователь Ян Цзые даёт такую

²¹ Медиакит «РГ» [Электронный ресурс] // «Российская газета» - URL: https://cdnstatic.rg.ru/uploads/attachments/2023/10/05/mediakit_pechatnye_sentyabr2023_rus_280.pdf (Дата обращения 02.05.2025). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

²² Лемешко, Ю.Г., Машкина, Ю.В. Газета «Жэньминь жибао» на начальном этапе «Культурной революции» (1966-1969) // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2011. №54. – С. 20-24.

²³ Приложение "Россия-Китай: главное" за 2 года собрало 6 млн подписчиков [Электронный ресурс] // РИА «Новости» - URL: <https://ria.ru/20190703/1556156805.html> (Дата обращения 02.04.2025). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

²⁴ Как развитие новых медиа повлияло на сотрудничество СМИ РФ и Китая [Электронный ресурс] // «Российская газета» – URL: <https://rg.ru/2017/06/29/kak-razvitiye-novykh-media-povliialo-na-sotrudnichestvo-smi-rf-i-kitaia.html> (Дата обращения 02.04.2025). – Загл. с экрана. – Яз. рус.

характеристику приложению: «В настоящее время “Россия-Китай: главное” стало открытой, портативной и многофункциональной двусторонней платформой с высоким уровнем информированности общественности в обеих странах»²⁵.

В третьей главе «Анализ материалов СМИ за 2023 год» представлены результаты количественного и контент-анализа материалов, опубликованных на трех ресурсах. Делается вывод о том, отношения России и Китая в СМИ представлены в СМИ преимущественно с положительной стороны.

Всего за год на сайте «Российской газеты» вышло 926 публикаций об отношениях России и Китая. Источниками информации в материалах газеты выступают пресс-службы государственных ведомств, политические деятели, учёные, потребители, эксперты в областях экономики, политики, культуры. В материалах о Китае и российско-китайских отношениях даются ссылки на информационную службу мобильного приложения «Россия-Китай: главное»: за 2023 год приложение упоминалось в 167 публикациях. Газета «Жэньминь Жибао» в качестве источника упоминалась за этот период 9 раз.

Самый популярный жанр в «РГ» – информационная заметка (45,5%). Затем идут статья и расширенная заметка (18,2% и 16,7% соответственно). К комментарию относятся 5% публикаций, к интервью – 4,5%, к репортажу – 3,8%, к колонке – 3,1 %, к очерку – 1,2%.

55,9% материалов «РГ» сопровождаются только одним фото. 33,4% текстов фотографиями не сопровождаются. 10,7% публикаций содержат фоторепортаж. Видео публикуются к 12% материалов.

Распределение рубрик выглядит следующим образом: «Экономика» (30,2%), «В мире» (28,6%), «Власть» (21%), «Общество» (4,8%), «Культура» (4,2%), «Авто» (1,9%), «Медиакорпорация Китая» (1,1%), «Спорт» и

²⁵ Цзые, Я. Инструменты и механизмы реализации китайской культурной дипломатии в отношении Российской Федерации // Международные отношения. 2023. №1. – С. 59.

«Технологии» – по 0,9%. Остальную часть составляют рубрики, посвященные новостям отдельных регионов РФ.

В 83% публикаций приводятся цитаты экспертов, СМИ или документов. В 6% материалов есть статистические данные. В 11% текстов есть и цитаты, и статистика.

Большинство материалов (61%) написаны в положительной тональности. 36% – в нейтральной, 3% имеют негативную тональность.

Всего материалов в «Жэньминь жибао», посвященных отношениям РФ и КНР за 2023 год, – 536. Материалов о внутренней и внешней политике России – 353.

Основной источник «Жэньминь Жибао» – ИА «Синьхуа» (42,6% материалов). Материалы, подготовленные самой «Жэньминь жибао» (12%), зачастую имеют пометку «Эксклюзив». «Жэньминь жибао» ссылается и на российские медиа, самые популярные – РИА Новости и ТАСС.

Самый популярный жанр в «Жэньминь Жибао» – информационная заметка (59,4%). 25% публикаций относятся к расширенным заметкам. Комментарием являются 5,8% материалов, статьей – 4,1%, очерком – 2,4%. К жанру репортажа авторы обращаются в 1,9%.

В основном тексты «Жэньминь жибао» не имеют иллюстраций (64% публикаций). 24% материалов содержат одно фото. В 11% публикуется фоторепортаж. Видео сопровождает всего 10 материалов.

Распределение рубрик выглядит следующим образом: 59,4% – «Россия и СНГ», 12,9% – «Китай», 8,6% – «Экономика», 8% – «Общество и культура», 3,4% – «Мир», 2,1% – «Комментарий», 2,1% – «Спорт», 1,3% – «Эксклюзив».

«Жэньминь жибао» цитирует экспертов в 63,6% публикаций. Статистика присутствует в 26,4% материалов. 10% содержат и цитирование, и статистические данные.

Большинство материалов (62,6%) написаны в положительной тональности. 34,6% – в нейтральной. 2,8% имеют негативную тональность.

За 2023 год приложение **«Россия-Китай: главное»** опубликовало 535 материалов по теме российско-китайских отношений. Материалов о внутренней и внешней политике России – всего 13. При этом приложение освещает не только российско-китайские отношения, но и отношения Китая с другими странами. Из этого мы делаем вывод, что российско-китайское приложение ориентировано на публикацию новостей, которые в первую очередь связаны с КНР.

Информационная заметка возглавляет топ жанров. К ней относятся 70% публикаций. К расширенной заметке мы отнесли 17,8% материалов. Репортаж составляет 4,3% от всех публикаций. Комментарий – 4%, статья – 3,4%, интервью – меньше 1%.

Зачастую приложение не публикует фото к материалам. В 65,6% публикаций иллюстраций нет. Одна фотография сопровождает 33% текстов. Фоторепортаж мы обнаружили в 1,5% публикаций. Видео сопровождает 10,8% материалов.

Среди СМИ-источников материалов мобильного приложения лидируют российские СМИ. На ТАСС приложение ссылается в 28,3%, на РИА Новости – в 22,6%. Китайский телеканал CGTN выступает источником в 20,6% публикаций. На китайское информагентство «Синьхуа» приходится 3,6% текстов. Остальную часть источников составляют другие российские СМИ: РБК, «Коммерсантъ», RT, «Известия».

В 36% публикаций приводятся цитаты экспертов, СМИ или документов. В 13,4% материалах есть статистические данные. В 13,8% текстов есть и экспертное мнение, и статистика.

Тональность большинства материалов (67,8%) положительная. Нейтральная тональность у 30,9%. Негативная – только у 1,3%.

Важно, что во всех трех СМИ негативная тональность наблюдается в основном в публикациях на темы урегулирования украинского кризиса, влияния США или Японии на отношения РФ и КНР, введения санкций против китайских компаний.

Наиболее часто освещаемой сферой отношений РФ и КНР в ленте «РГ» оказалась политика. Наиболее подробно освещаются визиты, в особенности – лидеров РФ и КНР. Особое место отводится отражению дружеских отношений между главами стран. Мобильное приложение опубликовало наибольшее количество материалов о сотрудничестве России и Китая в области экономики. «Жэньминь жибао» уделяет практически одинаковое внимание сферам политики и экономики.

Среди **жанров**, используемых и российским, и китайским, и российско-китайским СМИ преобладают жанры информационной заметки и расширенной информационной заметки. «Российская газета» при этом публикует больше аналитических материалов, чем две другие редакции.

Объёмы публикаций в трёх СМИ отличаются. Публикации «Жэньминь жибао» в среднем ограничиваются 350 словами, приложения – 210. Средний объем публикаций «РГ» – 550 слов.

В области **иллюстративного контента** выбор СМИ не одинаков. «Российская газета» уделяет больше внимания сопровождению материалов фоторепортажами, чем мобильное приложение и «Жэньминь жибао».

В основном **заголовки** во всех трех медиа – предикативные. Часто встречаются заголовки-цитаты, которые придают материалам оценочность, что воздействует на аудиторию и привлекает внимание адресата²⁶.

В **заключении** приводятся основные выводы и результаты исследования.

Точки зрения на российско-китайские отношения, которые транслируются в «Российской газете», «Жэньминь Жибао» и российско-китайском приложении схожи. СМИ в целом положительно оценивают сотрудничество двух стран.

Россия и Китай в СМИ предстают как крупнейшие соседи друг для друга и государства, которых связывают отношения всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия. СМИ подчеркивают, что у России и Китая

²⁶ Варзапова, В.Ю. Цитация в заголовке англоязычного медиатекста (на материале сетевых изданий “the Independent” и “the Telegraph”) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. №1. – С. 170-175.

совпадают представления о ценностях этого мира. Два государства называются друзьями, соседями и братьями. В цитатах политиков и дипломатов подчеркивается, что отношения РФ и КНР вступают в новую эпоху, причем эти отношения не направлены против третьих стран.

В трех СМИ используются такие **средства выразительности** как эпитеты, метафоры, фразеологизмы, приводятся китайские пословицы. Оценочностью отличаются авторские колонки, комментарии, а также отдельные цитаты экспертов в заметках. Во всех заинтересовавших нас СМИ используются разнообразные определения, характеризующие отношения двух стран, большинство из них – с положительным значением. Цитирование чаще использует «Российская газета».

Рассмотрев в том числе художественные приемы, мы можем выделить **способы информационного воздействия**, которые используют три СМИ по классификации Грачева и Мельника²⁷: ссылка на авторитеты, «сияющие обобщения» (Россия и Китай называются друзьями и братьями), а также приемы контраста и повтора²⁸.

Все три исследуемые СМИ продвигают **официальные позиции** двух государств. Среди трех СМИ в «Российской газете» больше всего материалов с критической оценкой взаимодействия двух стран, в основном в сфере экономики.

Положительный образ российско-китайских отношений создают материалы, рассказывающие личные истории россиян и китайцев, которые исследуют культуру страны-соседа. Активно развивается и освещается сотрудничество в гуманитарной сфере и в области медиа.

«Российская газета», «Жэньминь жибао» и мобильное приложение положительно характеризуют отношения России и Китая, указывая на их глубокие исторические корни и влияние современную и будущую мировую

²⁷ Грачев, Г.В., Мельник, И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М.: Алгоритм, 2002. – 288 с.

²⁸ Аксянова, А.Р. Методы манипуляции общественным сознанием современными СМИ // Вестник науки. 2024. №12 (81). – С. 921-925.

политику и безопасность. Подчеркивается, что сегодня российско-китайские отношения – отношения всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия – находятся на беспрецедентно высоком уровне за всю их историю. Эти факты подогревают интерес к российско-китайским отношениям со стороны четвертой власти, общественных деятелей и исследователей медиа, в связи с чем тема освещения взаимодействия России и Китая заслуживает дальнейших исследований.

Перспективой исследования может стать расширение базы материала, что помогло бы отследить возможные изменения в отражении российско-китайских отношений в СМИ с течением времени.