

На правах рукописи

Чжу Хуэйцзе

**МЕДИАКОММУНИКАЦИИ РОССИИ И КИТАЯ В УСЛОВИЯХ
ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРАКТИК**

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва – 2026

Работа выполнена на кафедре теории и истории журналистики филологического факультета Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» (РУДН)

Научный руководитель:

Мартыненко Елена Викторовна, доктор политических наук (23.00.02), профессор, заведующая кафедрой теории и истории журналистики филологического факультета Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы.

Официальные оппоненты:

Чумиков Александр Николаевич – доктор политических наук (23.00.02), профессор, профессор кафедры коммуникационных технологий Института международных отношений и социально-политических наук Московского государственного лингвистического университета;

Шилина Марина Григорьевна, доктор филологических наук (10.01.10), доцент, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Высшей школы креативных индустрий ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»;

Дунас Денис Владимирович – кандидат филологических наук (10.01.10), ведущий научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, доцент РАО, главный редактор научного журнала «Меди@льманах» (Перечень ВАК РФ).

Защита диссертации состоится 15 мая 2026 года в 13:30 ч. на заседании диссертационного совета ПДС 0500.007 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.10/2, ауд. 730.

С диссертацией можно ознакомиться в Учебно-научном информационном библиотечном центре (Научной библиотеке) Российского университета дружбы народов по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6.

Объявление о защите и автореферат размещены на сайтах <https://vak.minobrnauki.gov.ru/> и <https://www.rudn.ru/science/dissovet/>

Автореферат разослан 12 апреля 2026 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета ПДС 0500.007
кандидат филологических наук

Н. Е. Расторгуева

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность диссертационного исследования обусловлена необходимостью научного осмысления фундаментальных трансформаций, происходящих в глобальном медиaprостранстве под воздействием цифровой экономики.

Цифровизация сегодня радикально меняет архитектуру медиакоммуникаций: традиционные модели распространения информации уступают место платформенным решениям, алгоритмическим системам управления контентом и новым форматам взаимодействия с аудиторией.

В этих условиях особую значимость приобретает изучение того, как различные национальные медиасистемы адаптируются к цифровым вызовам, сохраняя при этом свою идентичность и стратегическую субъектность.

Выбор России и Китая в качестве объектов сравнительного анализа не случаен. Обе страны демонстрируют принципиально иной, отличный от западного, путь цифровой трансформации медиа, характеризующийся активной ролью государства в регулировании информационного пространства, стремлением к обеспечению цифрового суверенитета и поддержкой национальных платформенных медиаэкосистем. При этом, несмотря на наличие общих стратегических ориентиров, конкретные модели медиакоммуникации в России и Китае обнаруживают существенные различия, обусловленные особенностями политических систем, экономического уклада и культурных традиций.

Западные теоретические концепции, доминирующие в академическом дискурсе, оказываются недостаточно релевантными для объяснения специфики развития незападных медиасистем. Концепции «платформенного капитализма», «цифрового авторитаризма» или «сетевого общества», разработанные на материале западных стран, не учитывают многообразия институциональных форм и культурных контекстов, в которых разворачивается цифровая трансформация. Это создает теоретический вакуум и требует выработки новых аналитических подходов, способных адекватно описать и объяснить логику развития медиакоммуникаций в странах с активной государственной политикой в информационной сфере.

Понимание механизмов функционирования национальных медиасистем, особенностей регулирования и поведенческих паттернов аудитории становится необходимым условием для выстраивания эффективных стратегий трансграничной коммуникации. Кроме того, опыт России и Китая в обеспечении информационной безопасности и развитии национальных цифровых платформ представляет интерес для других стран глобального Юга, ищущих пути преодоления цифровой зависимости от западных технологических корпораций.

Цель исследования заключается в концептуализации и эмпирической верификации двух разнонаправленных, но стратегически сопряженных моделей цифровой медиатрансформации (российской и китайской), а также в определении

потенциала их синергии для формирования альтернативной глобальной архитектуры медиакоммуникаций, децентрализованной относительно западного доминирования.

Для достижения поставленной цели в диссертации последовательно решаются следующие **задачи**:

1. Систематизировать теоретические подходы к изучению цифровой трансформации медиа, выявив эвристический потенциал и ограничения классических теорий (медиаэкологии, сетевого общества, платформенного капитализма) для анализа незападных медиасистем и обосновать необходимость трехмерной аналитической оптики «технология – институт – культура».

2. Провести компаративный анализ макроэкономических и инфраструктурных условий цифровизации медиа в Китае и России, выявив корреляцию между государственными стратегиями развития цифровой экономики, проникновением интернет-технологий и формированием национальных медиаэкосистем.

3. Раскрыть механизмы влияния национальных регуляторных режимов и медиаполитики на архитектуру цифровых платформ и практики производства и распространения контента.

4. Эмпирически верифицировать гипотезу о различии коммуникативных стратегий государственных СМИ в инокультурных сегментах цифровых платформ на примере анализа контента и пользовательской вовлеченности аккаунтов @Синьхуа (ВКонтакте) и @RT (Weibo).

5. Выявить логику конвергенции и механизмы дивергенции в развитии российских и китайских медиакоммуникаций, определив точки сопряжения и зоны принципиальных различий.

6. Обосновать стратегический потенциал и разработать практические рекомендации по синергетическому взаимодействию китайской и российской моделей медиакоммуникаций.

Объектом исследования является деятельность ведущих китайских и российских государственных СМИ на платформах друг друга (на примере аккаунта @Синьхуа в «ВКонтакте» и аккаунта @RT в «Weibo») как репрезентативные кейсы трансграничной коммуникации¹.

Предметом исследования выступают особенности функционирования, стратегии развития и механизмы регуляции цифровых медиакоммуникаций в России и Китае, проявляющиеся в архитектуре национальных платформ, паттернах взаимодействия государства и медиа, а также в специфике трансграничных коммуникативных практик официальных СМИ.

¹ Деятельность ведущих китайских и российских государственных СМИ на платформах друг друга рассматриваются в единстве их технологической инфраструктуры, институциональной организации и культурно-обусловленных практик производства и потребления информации в условиях цифровой трансформации.

Основные **хронологические рамки** диссертации определены следующим образом:

- для эмпирического анализа – 2022 год, выбор которого обусловлен высокой событийной насыщенностью: специальная военная операция на Украине, визит Нэнси Пелоси на Тайвань, обострение российско-западных отношений. Это позволило оценить коммуникативные стратегии государственных СМИ в кризисных условиях. Контент-анализ и регрессионный анализ проведены на основе публикаций аккаунтов @Синьхуа в «ВКонтакте» и @RT в «Weibo» за период с 1 января по 31 декабря 2022 года;

- для историко-генетического анализа – фрагментарно охватывается период с начала XX века по настоящее время, с выделением ключевых этапов: советская модель (1920-1980-е), постсоветская либерализация (1990-е), усиление государственного регулирования (2000-2010-е), цифровая трансформация (2010-е – настоящее время); в Китае практически аналогичные этапы: партийно-государственная модель (1949-1978), «реформы и открытость» (с 1978), интернетизация (1990-2010-е), платформизация (с 2010-х).

Таким образом, 2022 год является центральным для эмпирической части, а более широкие хронологические рамки (XX-XXI вв.) задают исторический и институциональный контекст.

Включение периода с начала XX века не является избыточным, а служит необходимым фундаментом для обоснования выводов о логиках конвергенции и дивергенции, а также для проверки гипотезы о том, что специфика современных моделей детерминирована не только технологиями, но и исторически укорененными институциональными и культурными факторами.

Степень научной разработанности проблемы

Теоретико-методологическую основу диссертационного исследования составляют труды классиков и современных исследователей медиакоммуникаций, представляющих западную, российскую и китайскую научные школы.

Западная научная традиция представлена работами, заложившими фундамент понимания медиа и коммуникации. Основополагающее значение имеют труды М. Маклюэна, Н. Постмана, М. Кастельса, Г. Хофстеде, Э. Холла, Р. Дейберта. Э. Чедвика, Р. Фидлера².

² Маклюэн М. Г. Понимание медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. – 5-е изд., испр. – М.: Кучково поле, 2023. – 464 с.; Postman N. Technopoly: The Surrender of Culture to Technology. – New York: Vintage Books, 1993. – 240 p.; Castells M. The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I. – 2nd ed. – Oxford: Wiley-Blackwell, 2010. – 656 p.; Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. – Beverly Hills: Sage, 1980. – 475 p.; Hall E. T. Beyond Culture. – Garden City: Anchor Books, 1976. – 256 p.; Deibert R. Parchment, Printing, and Hypermedia: Communication and World Order Transformation. – New York: Columbia University Press, 2000. – 328 p.; Chadwick A. The Hybrid Media System: Politics and Power. – Oxford: Oxford University Press, 2017. – 368 p.; Fidler R. Mediamorphosis: Understanding New Media. – New York: SAGE Publications, Inc, 1997. – 320 p.

Российская научная школа медиаисследований представлена прежде всего работами Е. Л. Варгановой, И. Н. Деминой, В. П. Коломийца³, заложивших основы системного изучения медиа в цифровую эпоху. Проблематика перестройки экономической модели СМИ под влиянием цифровых технологий разрабатывается в трудах Е. Я. Дугина, О. Е. Видной, Е. А. Зверевой, С. В. Гуськовой, В. Н. Харченко, П. Н. Шаронина, А. А. Урасовой, А. Н. Иохима⁴ и др. Среди зарубежных авторов значимы работы Э. Бриньолфссона и Э. Макафи, Н. Срничека, Э. Тоффлера, С. Фельдштейна, Т. Пелля и М. де Ваала⁵. Китайские исследователи Ци Цзо, Ма Хуатэн, Чжао Вэньвэнь, Фу Бинцзе⁶ активно изучают специфику цифровой трансформации в национальном контексте, включая развитие платформенных экосистем.

Изучение кросс-культурной медиакommunikации, особенно коммуникативных практик между Китаем и Россией, стало важным направлением исследований. Данная проблематика разрабатывается российскими авторами: В. А. Абросимова, Ю. В. Гранатова, Е. В. Ахмадулин, А. И. Акопов, Б. П. Арнольд, М. Р. Шабакаева, Ю. В. Вельдина, А. Н. Миронова, И. В. Востриков⁷ и др. Западные исследователи Йоханна ван Дейк, Дайя Гуссу, Фарук Кпероги, Ричард Льюис, Айрин

³ Варганова Е. Л., Демина И. Н., Коломиец В. П. и др. Типология СМИ. Традиционные и новые подходы / отв. ред. Е. Л. Варганова, О. В. Смирнова. – М.: Фак. журн. МГУ; Аспект Пресс, 2023. – 124 с.;

⁴ Дугин Е. Я. «Коммуникативный поворот» в исследовании медиаиндустрии. – М.: Канон-плюс; Реабилитация, 2024. – 319 с.; Иванов А. И., Видная О. Е., Зверева Е. А. и др. Медиакультура цифровой эпохи: состояние, проблемы, перспективы. – Тамбов: Державинский, 2022. – 255 с.; Харченко В. Н., Шаронин П. Н., Урасова А. А. и др. Цифровые технологии как фактор изменений в Российской Федерации // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2023. – № 1 (128). – С. 93–96; Иохим А. Н. Российская идентичность в условиях глобальной цифровизации: к вопросу о цифровом суверенитете // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. – 2023. – Т. 1, № 6. – С. 58–80.

⁵ Brunnjolfsson E., McAfee A. The Second Machine Age: Work, Progress, And Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. – New York: W. W. Norton & Company: Tantor Audio, 2025. – 336 p.; Srnicek N. Platform Capitalism. – Cambridge: Polity Press, 2017. – 120 p.; Toffler A. The third wave / By Alvin Toffler. – New York: Morrow, 1980. – 544 с.; Feldstein S. The Rise of Digital Repression: How Technology Is Reshaping Power, Politics, and Resistance. – Oxford: Oxford University Press, 2021. – 352 p.; Van Dijck J., Poell T., de Waal M. The Platform Society: Public Values in a Connective World. – Oxford: Oxford University Press, 2018. – 240 p.

⁶ Ци Цзо. Цифровая трансформация в Китайской Народной Республике: динамика и тенденции // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2025. Т. 31. – №1. – С.202-224.; Ма Хуатэн и др. Цифровая трансформация Китая. Опыт преобразования инфраструктуры национальной экономики / Перевод с кит. М.: Альпина Паблишер, 2019. – 250 с.; Чжао Вэньвэнь. Развитие образовательных экосистем в контексте цифровизации в Китае // Педагогический журнал. – 2023. – Т. 13. – № 5А. – С. 145-152; Фу Бинцзе. В поисках китайской модели цифровой экономики: опыт сравнительного анализа // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1. Экономика и управление. – 2023. – № 3 (46). – С.74-85.

⁷ Абросимова В. А. Мультимедийность телеканала Russia Today как глобального СМИ // Проблемы и перспективы развития информационного общества в России. – Самара: Академия Бизнеса, 2019. – С. 3–6.; Гранатова Ю. В. Специфика формирования позитивного имиджа России для зарубежной аудитории: сравнительный анализ телеканалов «Russia Today» и «Россия 1» // Вестник Пермского университета. Политология. – 2011. – № 3 (15). – С. 66-78; Системы средств массовой информации в Германии и России / Е. В. Ахмадулин, А. И. Акопов, Б. П. Арнольд [и др.]. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2022. – 364 с.; Востриков И. В. Социальные сети как эффективный способ управления общественным мнением // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2022. – № 2 (71). – С. 132–138.

Сэки⁸ анализируют глобальные аспекты международной коммуникации. Китайская школа представлена работами У Цзиньфань, Чжан Чживэн, Чэн Чже, Чжан Шисюань, Ван Фан, Су Юйфан⁹, изучающих особенности восприятия российского и китайского контента в условиях цифровизации.

Анализ степени научной разработанности темы показывает, что, несмотря на обилие исследований по отдельным аспектам (цифровая экономика, медиаполитика, поведение пользователей, кросс-культурная коммуникация), комплексный сравнительный анализ медиакommunikационных практик России и Китая, интегрирующий технологические, институциональные и культурные факторы, до настоящего времени не проводился. Большинство работ либо сосредоточены на одной из стран, либо рассматривают медиа в отрыве от экономического контекста, либо ограничиваются описанием политики регулирования без эмпирического анализа реальных коммуникативных стратегий. Отсутствует методология, позволяющая сопоставить национальные модели медиакommunikаций в их целостности и объяснить механизмы их конвергенции и дивергенции в условиях цифровой экономики. Настоящее диссертационное исследование призвано восполнить этот пробел.

Теоретико-методологическая база исследования обусловлена тем, что современные исследования медиакommunikаций по своей природе являются междисциплинарными. Они неизбежно пересекаются с экономикой (анализ медиарынков), социологией (изучение аудитории), политологией (анализ медиаполитики) и наукой о данных. Методология диссертации предполагает широкий взгляд на медиа как на сложный социальный институт, функционирующий в определенных экономических, технологических и культурных условиях.

⁸ Van Dijck J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. – Oxford: Oxford University Press, 2013. – 240 p.; Thussu D. K. *International Communication: Continuity and Change*. – 3rd ed. – London: Bloomsbury, 2018. – 384 p.; Farooq A. Kperogi. Social media and the demotic turn in Africa's media ecology // *History Compass* 20 (1). – 2022. – URL: https://www.researchgate.net/publication/357546116_Social_media_and_the_demotic_turn_in_Africa's_media_ecology (дата обращения: 18.11.2024); Lewis R. *When Cultures Collide: Leading Across Cultures*. – 4th Edition. – London: John Murray Business Academic, 2018. – 560 p.; Sackey Irene, Demuyakor John. The youth on social media: Exploring social media for intercultural communication among international students in Chinese universities // *IOSR Journal of Humanities and Social Science*. – 2021. – 26 (4): 7-17.

⁹ Цзиньфань У. Исследование эволюции бизнес-моделей медиа в цифровой среде России и Китая и их будущих тенденций развития // *Журналистика в 2023 году: творчество, профессия, индустрия. Материалы международной научно-практической конференции* – Москва: 2024. – С. 171-172; Чжан Ч. Цифровая экономика и медиа // *Теории и проблемы политических исследований*. – 2022. – Т. 11. – № 4А. – С. 56-64; Чэнь Ч. К вопросу о кризисных коммуникациях власти и общества в цифровых массмедиа КНР и РФ // *Медиалингвистика. Материалы докладов участников VII Международной конференции*. – Санкт-Петербург: 2023. – С. 663-665; Трансформация журналистики Китая в цифровую эпоху: монография/ Шисюань Чжан и др. – Курск: Изд-во ЗАО «Университетская книга». – 2025. – 73 с.; Ван Фан. Особенности саморегулирования журналистики в России и Китае в период 1991-2023 гг. // *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2023. № 4. С. 44-64; Су Юйфан. Интернет-журналистика КНР в контексте глобализации медиасреды: монография. – М.: Издательство «Спутник +», 2016. – 164 с.

Мы полагаем, что исключение из анализа инфраструктурных и экономических параметров обеднило бы исследование, лишило бы его возможности объяснить глубинные причины различий между медиасистемами России и Китая. Экономико-статистический обзор в нашей диссертации выполняет функцию характеристики среды, в которой существуют медиа, и поэтому является не избыточным, а необходимым компонентом комплексного сравнительного анализа.

Методология исследования построена на основе комплексной методологической стратегии, сочетающей качественные и количественные методы сбора и анализа данных. Выбор методов обусловлен поставленной целью – выявить сходства и различия в медиакоммуникационных практиках России и Китая в условиях цифровой трансформации – и необходимостью обеспечить валидность сравнительного анализа на макроуровне (институциональные условия, государственная политика) и микроуровне (контентные стратегии, поведение пользователей).

Исследование проведено с использованием следующих **методов**:

1. Теоретические методы

- историко-генетический метод, применяемый для реконструкции эволюции медиасистем России и Китая и выявления влияния исторического развития на современные модели цифровой трансформации;

- теоретический синтез и критический анализ концепций – метод, используемый нами для систематизации существующих теоретических подходов к изучению цифровой трансформации медиа и обоснования собственной аналитической рамки.

2. Методы сбора и анализа эмпирических данных

- анализ документов, применяемый для изучения государственных стратегий цифрового развития, законодательных актов и программных документов, определяющих медиаполитику России и Китая;

- сравнительный анализ статистических данных для сопоставления макроэкономических показателей развития цифровой экономики, уровня проникновения интернета, использования цифровых технологий в двух странах.

- метод кейс-стади, применяемый нами для углубленного анализа отдельных медиакомпаний и платформ, репрезентирующих национальные модели цифровых медиа.

- метод контент-анализа для систематической классификации и количественной оценки содержания публикаций государственных СМИ на платформах анализируемых нами стран.

- количественный анализ данных о вовлеченности пользователей для измерения и сравнения уровня взаимодействия аудитории с контентом государственных СМИ на двух платформах;

- регрессионный анализ, применяемый для выявления статистически значимых факторов, влияющих на вовлеченность пользователей, и проверки гипотез о связи между характеристиками контента и пользовательской активностью.

- анализ временных рядов для выявления сезонных и событийно-обусловленных колебаний в публикационной активности СМИ.

3. Методы сравнительного анализа и синтеза

- сравнительно-сопоставительный анализ – сквозной метод для всего исследования, применяемый нами на всех уровнях анализа – от сопоставления макроэкономических показателей до сравнения конкретных коммуникативных стратегий.

- кросс-культурный анализ для интерпретации различий в медиапрактиках с учетом культурных особенностей двух стран;

- метод триангуляции (качественный контент-анализ + количественный регрессионный анализ) для повышения валидности выводов.

4. Методы интерпретации и обобщения

- метод типологизации для выделения устойчивых типов и моделей на основе сравнительного анализа.

- прогностический анализ, примененный для определения перспектив развития российско-китайского медиасотрудничества и формулирования практических рекомендаций.

В целом, методология нашего диссертационного исследования характеризуется многоуровневостью, мультиметодностью, сравнительной направленностью и эмпирической обоснованностью.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в том, что в нем впервые:

- предложен и апробирован оригинальный методический подход к сравнительному анализу медиакоммуникаций, сочетающий макроанализ государственных стратегий и медиаполитики с микроанализом коммуникативных практик на уровне платформ;

- выявлены и эмпирически верифицированы различия в факторах вовлеченности пользователей на российских и китайских платформах;

- предложена и обоснована типология тематических категорий новостного контента для сравнительного анализа трансграничной коммуникации;

- проведено систематическое сопоставление архитектурных и функциональных характеристик ключевых национальных платформ России и Китая;

- уточнено понятие «цифровой суверенитет» применительно к сфере медиакоммуникаций на основе сравнительного анализа законодательства двух стран;

- обоснована классификация двух моделей медиакоммуникации – российской (суверенно-протекционистской) и китайской (интегративно-медиаэкосистемной);

- выявлены и систематизированы исторические этапы эволюции медиасистем России и Китая в их соотношении с современными моделями цифровой трансформации.

Теоретическая значимость исследования определяется вкладом в развитие концептуальных оснований изучения медиакоммуникаций в условиях цифровой

трансформации, в углубление понимания механизмов функционирования национальных медиасистем в сравнительной перспективе, в обогащение теории цифрового суверенитета, платформенного общества, кросс-культурной коммуникации.

В работе предложена и эмпирически апробирована трехмерная аналитическая модель «технология – институт – культура», позволяющая преодолеть ограниченность технодетерминистских подходов, доминирующих в исследованиях цифровой трансформации медиа. Данная модель вносит вклад в развитие теории медиа, демонстрируя, что технологические инновации не являются автономной силой, но всегда опосредованы институциональными структурами и культурными контекстами. Тем самым исследование развивает традицию медиаэкологии (М. Маклюэн, Н. Постман) и теории сетевого общества (М. Кастельс), адаптируя их концептуальный аппарат к анализу незападных медиасистем в условиях цифровой экономики.

Практическая ценность диссертационного исследования определяется возможностью использования его результатов и выводов в различных сферах – от управления медиакоммуникациями и разработки контентных стратегий до совершенствования государственной медиаполитики: для медиаменеджеров и редакций СМИ, осуществляющих трансграничную коммуникацию; для государственных органов, регулирующих сферу медиа и информационной безопасности; для исследователей и аналитических центров, изучающих цифровые медиа и международные коммуникации; для образовательных учреждений, осуществляющих подготовку специалистов в сфере медиакоммуникаций и журналистики; для специалистов в области маркетинга и бренд-коммуникаций, работающих на российском и китайском рынках; Для организаций, развивающих российско-китайское сотрудничество в сфере медиа и цифровых технологий.

Гипотеза исследования

Цифровая трансформация медиакоммуникаций в России и Китае приводит к формированию двух качественно различных, но стратегически сопряженных национальных моделей – китайской (интегративно-медиаэкосистемной) и российской (суверенно-протекционистской), своеобразие которых определяется конфигурацией взаимодействия государства и платформ, а также культурно-историческими паттернами медиаповедения; при этом различия в институциональной и технологической архитектуре создают основу для их взаимодополняемости в глобальной медиасреде.

Положения, выносимые на защиту:

1. Трехмерная аналитическая модель «технология – институт – культура» является адекватным инструментом для сравнительного анализа медиакоммуникаций России и Китая.

2. Цифровая трансформация привела к формированию в медиасистемах обеих стран нового субъекта власти – «платформ медиавласти», переопределяющих механизмы управления информационными потоками.

3. Специфика национальных моделей медиакommunikаций определяется доминирующим типом взаимодействия государства и платформ: в Китае – модель симбиоза («превентивных алгоритмов»), в России – модель «цифрового суверенитета» («жизнестойкого контроля»).

4. Сравнительный анализ стратегий @Синьхуа на «ВКонтакте» и @RT на «Weibo» выявил, что вовлеченность пользователей зависит от культурно-институциональных факторов.

5. В России и Китае сформировались различные паттерны алгоритмического управления контентом.

6. Несмотря на различие траекторий развития, модели демонстрируют конвергенцию в вопросах защиты цифрового суверенитета и противодействия западной информационной гегемонии.

7. Эффективность трансграничной медиакommunikации между Россией и Китаем требует учета «двойственности» медиасистем и адаптации к разным режимам алгоритмического управления и поведенческим моделям пользователей.

Филологический фундамент и источниковая составляющая данной диссертационной работы обусловлены объектом, предметом, целью и задачами. В филологической перспективе медиакommunikации понимаются как речевая деятельность, опосредованная цифровыми технологиями и реализуемая в конкретных текстовых формах. Диссертация исследует не только институциональные и технологические условия, но и то, как именно производятся, распространяются и воспринимаются тексты в цифровой среде.

В диссертации имплицитно присутствует жанроведческий анализ. Разработанная типология из восьми категорий (политика и безопасность, социальная и культурная жизнь, право и права человека, экология, экономика и технологии, здравоохранение и образование, чрезвычайные события, развлечения и образ жизни) может рассматриваться как классификация жанровых разновидностей новостного дискурса. Каждая категория имеет свои содержательные и стилистические особенности, которые автор описывает при интерпретации результатов.

Степень достоверности результатов проведенного исследования обусловлена опорой на труды авторитетных российских и зарубежных исследователей в области медиакommunikаций в области цифровой экономики, сопоставления национальных медиасистем, кросс-культурной коммуникации, а также анализом большого пласта фактических данных.

Самостоятельный вклад аспиранта в получении результатов, изложенных в диссертации, состоит в том, что проведенный анализ архитектуры ключевых платформ показал, что китайские платформы (WeChat, Weibo) тяготеют к модели «суперприложений» с высокой интеграцией функций, что соответствует коллективистским ценностям и потребности в социальной связности. Российская платформа «ВКонтакте», и популярный в России мессенджер Telegram сохраняют

функциональную дифференциацию и акцент на приватности, что отражает ценность индивидуальной автономии.

Самостоятельность диссертационной работы также проявляется в выборе объекта (медиатексты в цифровой среде); методах (контент-анализ, анализ нарративных стратегий, интерпретация); теоретической базе (концепции, работающие с текстом и дискурсом); результатах (выявление различий в способах конструирования реальности китайскими и российскими медиаплатформами).

Привлечение междисциплинарного материала не подменяет, а обогащает филологический анализ, позволяя рассматривать медиатексты в их реальном социальном, политическом и технологическом контексте.

Апробация результатов исследования. Результаты настоящего исследования нашли отражение в публикациях в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК РФ/ РУДН – 3; а также в других журналах и научных сборниках тезисов и материалов международных научно-практических конференций по проблематике исследования – 4 общим объемом 37 стр.

Структура и объем исследования определяются ее целями и задачами. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы.

Первая глава «Теоретико-методологические основы исследования цифровой трансформации медиакоммуникаций» закладывает концептуальный фундамент работы. В ней анализируется цифровая экономика как среда трансформации медиа, обосновывается переход от технологического инструментализма к институционально-культурному симбиозу, а также критически рассматриваются ключевые теоретические подходы — медиаэкология (М. Маклюэн, Н. Постман), теория сетевого общества (М. Кастельс) и политическая экономия платформ (Н. Срничек, Ш. Зубофф). Выявив ограничения этих подходов для анализа западных медиасистем, автор предлагает оригинальную трехмерную аналитическую модель «технология — институт — культура», которая становится методологической рамкой для всего исследования. Завершается глава историко-генетическим анализом эволюции медиасистем России и Китая, демонстрирующим, как советское наследие, постсоветская либерализация и реформы открытости в Китае предопределили современные траектории цифровой трансформации.

Вторая глава «Институциональные и технологические условия функционирования медиакоммуникаций в России и Китае» переходит от теории к анализу реальных условий, в которых действуют национальные медиасистемы. В параграфе 2.1 сопоставляются государственные стратегии развития цифровой экономики: в Китае — модель симбиоза с прямым инвестированием и встраиванием требований в алгоритмы, в России — модель жизнестойкого контроля через правовые барьеры и импортозамещение. Параграф 2.2 анализирует эволюцию медиаполитики, выделяя китайскую интегративно-медиаэкосистемную модель (превентивные алгоритмы, изоляция от западных платформ) и российскую суверенно-

протекционистскую модель (реактивный контроль, гибридное присутствие западных платформ). Параграф 2.3 посвящен архитектуре, функциям и моделям монетизации ключевых платформ: китайских Baidu, WeChat, Weibo, Douyin и российских Яндекс, VK, а также частично нероссийского Telegram. Глава показывает, как различия в институциональных и технологических условиях формируют две различные медиасреды.

Третья глава «Сравнительный анализ коммуникативных практик и стратегий развития России и Китая в контексте медиавзаимодействия» представляет эмпирическую верификацию выдвинутых положений. В параграфе 3.1 на основе контент-анализа и регрессионного моделирования публикаций @Синьхуа в VK и @RT в Weibo за 2022 год выявлено, что российская аудитория наиболее вовлечена новостями развлечений и экологии, тогда как китайская — политикой и безопасностью, что объясняется культурными и институциональными различиями. Параграф 3.2 обобщает логики конвергенции (общие вызовы западной гегемонии, стремление к цифровому суверенитету) и механизмы дивергенции (разные модели взаимодействия государства и платформ, алгоритмического управления, культурные паттерны). В параграфе 3.3 формулируются перспективы и практические рекомендации по развитию российско-китайского медиасотрудничества: технологическая синергия (китайский ИИ + российские контентные стратегии), создание совместных контентных хабов, координация регуляторных подходов и гармонизация законодательства в области цифрового суверенитета.

В заключении подводятся итоги исследования, выделяются ключевые выводы и предлагаются рекомендации для будущих исследований медиакоммуникационных практик.

Библиографический список включает 155 использованных в процессе исследования источников.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** заложен фундамент работы: раскрывается актуальность, оригинальность, новизна выбранной темы; проводится анализ существующего уровня знаний по этому вопросу, формулируются ключевые цель и задачи; обосновывается теоретическая база и практическая ценность проведенного исследования.

В первой главе «Теоретико-методологические основы исследования цифровой трансформации медиакоммуникаций» рассмотрены и проанализированы теоретические подходы к изучению цифровой экономики как среды трансформации медиакоммуникаций, даны методологические принципы сравнительного анализа медиакоммуникаций, представлена историческая эволюция медиасистем России и Китая.

Цифровая экономика стала не просто отраслью, а уникальной средой обитания, в которой формируются новые формы социальной коммуникации. Понимание этого контекста необходимо для адекватного анализа трансформации медиакоммуникаций в России и Китае.

Концепция цифровой экономики восходит к работам Дона Тапскотта (1995), предсказавшего, что информационные технологии кардинально изменят структуру производства и потребления. В экономической теории выделяют три этапа развития цифровой экономики: компьютеризация (1970-1990-е), интернетизация (1990-2010-е) и платформизация (с 2010-х). Каждый этап сопровождался появлением новых медиаформ – от первых электронных газет до алгоритмических новостных агрегаторов.

Согласно теории экономических парадигм, цифровая экономика базируется на фундаментальных сдвигах. Во-первых, данные становятся ключевым фактором производства. Как отмечает Ш. Зубофф, современные корпорации извлекают стоимость из поведенческих данных пользователей, которые становятся сырьем для алгоритмического производства. Во-вторых, платформенные бизнес-модели вытесняют линейные. В-третьих, сетевые эффекты порождают естественные монополии. В-четвертых, алгоритмы управления заменяют иерархические структуры.

В рамках традиционной парадигмы исследований коммуникации длительное время доминировал технологический инструментализм – подход, рассматривающий медиатехнологии как нейтральные инструменты. Ограниченность этого подхода становится очевидной при попытке объяснить сложные феномены цифровой эпохи: почему одни и те же технологии в разных национальных контекстах порождают принципиально различные медиапрактики. Перед лицом кардинальных изменений необходимо выйти за рамки чисто технологической перспективы и перейти к аналитической парадигме институционально-культурного симбиоза. Согласно этой парадигме, СМИ больше не являются нейтральным инструментом, а представляют собой органическое слияние, встроенное в социальную систему и систему культуры.

Для преодоления ограничений существующих подходов разработана трехмерная аналитическая модель, объединяющая технологическое, институциональное и культурное измерения. Модель базируется на признании того, что цифровая трансформация медиа – это результат сложного взаимодействия трех равноправных факторов.

Технологическое измерение включает цифровую инфраструктуру, архитектуру платформ и алгоритмические системы управления контентом. В российском и китайском контексте важнейшим фактором является развитие национальных цифровых экосистем. В Китае это экосистемы Alibaba, Tencent, ByteDance; в России – экосистемы Яндекса и VK. Эти компании не только обеспечивают техническую инфраструктуру, но и формируют нормы медиапотребления.

Институциональное измерение охватывает государственные стратегии развития цифровой экономики, законодательное регулирование медиасферы, модели взаимодействия государства и платформ. В Китае институциональная рамка определяется законами о кибербезопасности (2016), о защите персональной информации (2021), а также стратегическими программами «Интернет+» (2015). В России ключевыми актами являются Национальная программа «Цифровая экономика» (2019) и закон о «суверенном интернете» (2019).

Культурное измерение включает исторически сложившиеся медиапрактики, ценностные ориентации, поведенческие паттерны аудитории. Как показано в работах Г. Хофстеде, культурные различия (индивидуализм/коллективизм, дистанция власти) напрямую влияют на восприятие медиаконтента. В Китае коллективистская традиция способствует развитию «суперприложений», объединяющих множество функций. В России, с более индивидуалистической культурой, сохраняется спрос на функциональную дифференциацию и приватность.

Взаимодействие этих трех измерений создает уникальные национальные конфигурации медиакоммуникаций. Технологические инновации, внедряемые в определенном институциональном и культурном контексте, приобретают специфические формы. Например, рекомендательные алгоритмы, разработанные в Китае (TikTok, Weibo), интегрированы в систему государственного контроля контента, что отличает их от алгоритмов западных платформ.

Методология исследования построена на основе комплексной стратегии, сочетающей качественные и количественные методы. Историко-генетический метод применяется для реконструкции эволюции медиасистем. Анализ документов позволяет изучать государственные стратегии цифрового развития. Метод кейс-стади применяется для углубленного анализа платформ, репрезентирующих национальные модели. Метод контент-анализа используется для систематической классификации публикаций государственных СМИ. Регрессионный анализ выявляет статистически значимые факторы, влияющие на вовлеченность пользователей.

Понимание современных моделей медиакommunikаций невозможно без обращения к историческому генезису. Советская модель СМИ базировалась на принципах партийности, централизации, идеологической функции и монополии на информацию. В Китае после образования Нового Китая средства массовой коммуникации были включены в систему социалистической пропаганды. Ключевую роль сыграла газета «Жэньминь жибао», которая публиковала антологии статей из газеты «Правда» для изучения советского опыта.

Распад СССР кардинально изменил медиаландшафт России. В 1990-е годы сложилась либеральная модель: отмена цензуры (Закон «О средствах массовой информации» 1991 г.), приватизация государственных СМИ, появление медиахолдингов олигархов. В Китае реформы и открытость способствовали рыночному развитию медиа, но государство сохранило контроль над ключевыми СМИ.

С начала XXI века цифровая трансформация стала определяющим фактором развития медиасистем. В Китае государственные программы «Интернет+» (2015) стимулировали интеграцию цифровых технологий. К 2024 году число интернет-пользователей в Китае достигло 1,1 млрд человек. В России уровень проникновения интернета составил 92,5%. Различия в исторических траекториях привели к формированию двух различных моделей: китайской интегративно-медиаэкосистемной и российской суверенно-протекционистской.

Во второй главе «Институциональные и технологические условия функционирования медиакommunikаций в России и Китае» основное внимание уделяется государственным стратегиям развития цифровой экономики и их влияние на медиасреду, моделям взаимодействия государства и СМИ, национальным платформенным медиаэкосистемам.

Цифровая трансформация медиакommunikаций происходит в жестко заданных рамках государственной политики. Правительства России и Китая рассматривают цифровую экономику как приоритетное направление развития, связывая с ней экономический рост, национальную безопасность и информационный суверенитет.

Китайская модель цифрового развития характеризуется высокой степенью государственного планирования. Основой цифровой политики Китая стала стратегия «Интернет+» (2015), направленная на интеграцию интернет-технологий с традиционными отраслями экономики. В 2016 году был принят Закон «О кибербезопасности», установивший требования к хранению данных на территории Китая и обязавший платформы «способствовать распространению позитивной энергии». В 2021 году приняты законы «О защите персональной информации» и «О безопасности данных», ужесточившие правила сбора и обработки данных.

Государственные стратегии оказали многомерное воздействие на китайскую медиасреду. Произошла консолидация платформенных экосистем под контролем Alibaba, Tencent и ByteDance. Алгоритмическое управление контентом стало инструментом реализации государственной политики: алгоритмы не только блокируют

запрещенный контент, но и активно продвигают «позитивную энергию». Государство стало прямым участником медиапроизводства через создание собственных платформ, таких как «Xuexi Qiangguo».

Российская модель государственного регулирования формировалась в иных исторических условиях. В 2017 году была утверждена Стратегия развития информационного общества, а затем запущена Национальная программа «Цифровая экономика». Важнейшим нормативным актом стал закон о «суверенном интернете» (2019), предоставивший государству право централизованного управления интернет-трафиком в случае угрозы национальной безопасности.

После начала специальной военной операции на Украине в 2022 году российское правительство ускорило принятие мер по контролю над информационным пространством. Платформы Meta были признаны экстремистскими и заблокированы. Западные СМИ признаны «иностранными агентами». VK и Яндекс получили дополнительный приток пользователей: месячная аудитория VK выросла до 100 млн человек.

Сопоставление государственных стратегий выявляет общие черты: обе страны рассматривают цифровой суверенитет как ключевую задачу, активно используют законодательство для регулирования платформ, инвестируют в развитие национальных платформ. Принципиальные различия касаются модели взаимодействия государства и платформ. В Китае сложилась модель симбиоза, при которой государство инвестирует в платформы и встраивает требования в технологическую архитектуру. В России доминирует модель жизнестойкого контроля: государство устанавливает правовые рамки, но платформы сохраняют функциональную автономию.

Медиаполитика Китая прошла путь от партийного рупора к интегративно-медиаэкосистемной модели. В 1980-1990-е годы была разрешена коммерческая реклама, что стимулировало развитие развлекательного контента. В 2019 году утверждено «Положение об управлении экологической средой сетевого информационного контента», введшее понятие «позитивная энергия» и обязавшее платформы продвигать социалистические ценности.

Медиаполитика России прошла более драматичный путь. Правление Бориса Ельцина ознаменовалось либерализацией: отмена цензуры, приватизация СМИ, появление олигархических медиахолдингов. С 2000 года началось восстановление государственного контроля: национализация ключевых телеканалов, усиление правовых ограничений. В 2012 году принят закон о «черных списках» сайтов, в 2014 году — закон об «иностранных агентах».

Ключевой особенностью китайской медиаполитики стало встраивание государственных требований в технологическую архитектуру платформ. Российская модель характеризуется установлением правовых барьеров при сохранении функциональной автономии платформ и ситуативным усилением контроля в периоды кризисов.

Национальные платформенные экосистемы Китая и России сформировались под влиянием различных институциональных и культурных факторов. Китайские платформы тяготеют к модели «суперприложений». WeChat, запущенный Tencent в 2011 году, превратился в цифровую инфраструктуру, объединяющую социальные сети, платежи, новостные сервисы, государственные услуги. К 2024 году количество активных пользователей WeChat превысило 1,2 млрд.

Weibo является ведущей платформой микроблогов в Китае с 605 млн активных пользователей. Алгоритмические рекомендации являются ядром технологической экосистемы, позволяя динамически регулировать поток информации. Douyin (TikTok) стал самой быстрорастущей платформой коротких видео, основанной на алгоритмических рекомендациях без необходимости выбора источников.

Российские платформы демонстрируют иные архитектурные решения. Яндекс, основанный в 1997 году, занимает 71,66% российского рынка поиска. Ключевое конкурентное преимущество – стратегия «Поиск+», интегрирующая вертикальные сервисы: такси, музыку, видео, платежи. В области искусственного интеллекта Яндекс разработал модели YaLM-100B и YandexGPT.

VK (ВКонтакте) является крупнейшей социальной сетью России с 100 млн ежемесячных активных пользователей. Многие государственные СМИ, включая «Синьхуа», ведут официальные аккаунты в VK. После блокировки Facebook и Instagram¹⁰ в 2022 году VK получил дополнительный приток пользователей.

Telegram занимает уникальное положение в российской медиасреде. Архитектурно он отличается акцентом на безопасность и конфиденциальность, позволяя создавать анонимные каналы. После начала СВО в 2022 году Telegram стал одним из главных театров информационной войны, играя роль альтернативной публичной сферы.

Третья глава **«Сравнительный анализ коммуникативных практик и стратегий развития России и Китая в контексте медиавзаимодействия»** посвящена эмпирическому анализу трансграничных коммуникативных стратегий и факторам вовлеченности пользователей, проанализированы логика конвергенции и механизмы дивергенции в российских и китайских медиакоммуникациях, показаны перспективы и даны рекомендации по развитию медиасотрудничества России и Китая.

Трансграничная коммуникация государственных СМИ приобретает особое значение, становясь инструментом формирования международного имиджа и продвижения национальных интересов. Эмпирический анализ публикаций «Синьхуа» на платформе VK и RT на платформе Weibo за 2022 год позволил выявить различия в

¹⁰ Принадлежат Meta – организации, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

тематических приоритетах, форматах контента и факторах вовлеченности пользователей.

Выбор 2022 года обусловлен высокой событийной насыщенностью: специальная военная операция на Украине, визит Нэнси Пелоси на Тайвань, обострение российско-западных отношений. Объем выборки составил 466 публикаций «Синьхуа» и 857 публикаций RT. Контент-анализ проводился по восьми тематическим категориям: политика и безопасность, социальная и культурная жизнь, право и права человека, экология, экономика и технологии, здравоохранение и образование, чрезвычайные события, развлечения и образ жизни.

Тематическое распределение «Синьхуа» в VK показало, что наиболее представленными категориями стали новости экономики и технологий (32%), политики и безопасности (23%) и экологии (16%). Такое распределение свидетельствует о стратегии позитивного нарратива «мягкой силы», направленной на формирование образа Китая как ответственной державы и технологического лидера.

Тематическое распределение RT в Weibo демонстрирует доминирование новостей политики и безопасности – 48% всех публикаций. Далее следуют экономика и технологии (19%), социальная и культурная жизнь (12%). Высокая концентрация на политике отражает стратегию RT, ориентированную на продвижение российской позиции в международных делах и критику западных нарративов.

Анализ временных рядов показал, что публикационная активность RT в Weibo демонстрирует выраженные пики, привязанные к ключевым международным событиям. Наиболее значительный пик пришелся на июнь 2022 года (около 1750 публикаций), что соответствует эскалации боевых действий. Публикационная активность «Синьхуа» была более равномерной, с колебаниями в пределах 450-550 публикаций в месяц.

Регрессионный анализ факторов вовлеченности пользователей выявил значимые различия. Для российской аудитории VK наиболее вовлекающими стали новости развлечений и образа жизни ($B = 0,000$, $t = 5,680$, $p = 0,000$) и экологии. Для китайской аудитории Weibo доминирующим фактором стали новости политики и безопасности ($B = 0,000$, $t = 24,848$, $p = 0,000$). Это различие интерпретируется через культурные измерения Г. Хофстеде: Россия с более индивидуалистической культурой проявляет больший интерес к личной жизни и досугу; Китай с высокой дистанцией власти и коллективизмом – к государственным делам.

На стратегическом уровне наблюдается конвергенция: обе страны сталкиваются с общими вызовами (западная информационная гегемония, необходимость цифрового суверенитета) и выбирают сходные цели (усиление государственного контроля, поддержка национальных платформ). На институциональном и культурном уровнях преобладают механизмы дивергенции.

Китайская модель представляет собой симбиоз государства и платформ. Государство не только регулирует, но и инвестирует в развитие платформ, а требования

регулятора встраиваются в технологическую архитектуру. Алгоритмические системы китайских платформ сконструированы для автоматической фильтрации запрещенного контента и продвижения официальных сообщений.

Российская модель характеризуется жизнестойким контролем. Государство устанавливает правовые рамки и может активировать механизмы экстренного регулирования в кризисных ситуациях, но в обычное время платформы сохраняют функциональную автономию. Российские платформы не имеют встроенных алгоритмических систем превентивной фильтрации, аналогичных китайским.

Культурные различия проявляются в поведенческих паттернах аудитории. Российская аудитория наиболее активно реагирует на новости о развлечениях, образе жизни и экологии. Китайская аудитория демонстрирует высокую вовлеченность в политические новости. Китайские платформы тяготеют к модели «суперприложений», российские сохраняют функциональную дифференциацию.

Несмотря на различия, российская и китайская модели создают предпосылки для взаимодополняемости. Технологическая мощь Китая в области искусственного интеллекта, больших данных, облачных вычислений может быть соединена с контентно-нарративным потенциалом России, накопившей уникальный опыт в международной коммуникации и информационном противостоянии.

Перспективы сотрудничества включают совместные исследования в области искусственного интеллекта, создание единой платформы для распространения двустороннего контента, развитие инфраструктурных проектов в рамках «Цифрового Шелкового пути». Совместные контентные хабы и редакции могли бы производить контент, ориентированный на двустороннюю аудиторию.

Для китайских СМИ, работающих на российском рынке, рекомендуется увеличение доли развлекательного и lifestyle-контента с визуализированной и эмоционально насыщенной подачей. Для российских СМИ на китайском рынке ключевым остается политический контент, дополняемый культурными сюжетами, с активным использованием видеоформата.

На институциональном уровне перспективы связаны с координацией медиаполитики и совместным продвижением концепции «цифрового суверенитета» на международных площадках – БРИКС, ШОС, МСЭ. Создание Российско-китайского совета по цифровым медиа позволило бы вырабатывать общие подходы к регулированию трансграничной коммуникации.

Практические рекомендации адресованы медиаменеджерам (адаптация контента к культурным особенностям, инвестиции в локализацию), государственным органам (гармонизация регуляторных подходов, развитие инфраструктуры трансграничного обмена данными), исследовательским центрам (создание совместных исследовательских центров, разработка образовательных программ).

Успешное сотрудничество требует системного подхода, охватывающего технологические, контентные, институциональные и образовательные аспекты.

Решающим условием является долгосрочная политическая воля и готовность к обмену опытом без навязывания универсальных моделей. Только при соблюдении этих условий российско-китайское медиасотрудничество сможет реализовать свой потенциал в формировании более справедливого и плюралистического глобального медиапорядка.

В Заключении представлены результаты исследовательской деятельности автора, обобщающие полученные результаты диссертации и определяющие дальнейшие прогнозы развития формирования положительного имиджа власти в региональных СМИ через пиар-методы и технологии.

Основные положения диссертации изложены автором в следующих научных публикациях по теме исследования:

1. Чжу Хуэйцзе. Развитие цифровой экономики Китая в контексте эволюции медиасреды // Глобальный научный потенциал. 2024. № 1. С. 220-223.

2. Чжу Хуэйцзе. Сравнение технологий и поведения пользователей китайских и российских медиакоммуникационных платформ (на примере @Синьхуа новости/Xinhua news на «ВКонтакте» и @今日俄罗斯 RT на «Weibo») // Современный ученый. 2025. № 4. С.231-237.

3. Чжу Хуэйцзе. Новые изменения в китайско-российском взаимодействии в области цифровых СМИ под отношением всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия // Litera. 2025. № 3. С. 77-85.

4. Чжу Хуэйцзе. Метавселенная и развитие медиатехнологий // Журналистика и медиа эпохи глобальных перемен = Journalism and Media in the Age of Global Change: сборник научных статей в 2 томах. Т. II. 2023. С.324-331.

5. Чжу Хуэйцзе. Медиаимидж в процессе формирования национального имиджа и коммуникации // Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сборник статей межд. научно-практич. Конференции. 2023. С. 238-243.

6. Чжу Хуэйцзе. Влияние телевидения на культурную самобытность (на примере гонконгской телесети) // Материалы Международного молодежного научного медиафорума «ЛОМОНОСОВ-2023». Секция «Телевидение». – М. МАКС Пресс, 2023. [Электронный ресурс]. https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2023/data/28597/155145_uid688754_report.pdf

6. Чжу Хуэйцзе. The importance of Russian-Chinese media data sharing for academic research // Журналистское образование в России и Китае в эпоху цифровизации. Сборник тезисов Международной научно-практической конференции. Москва: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2023. С. 98.

Чжу Хуэйцзе (КНР)

**Медиакоммуникации России и Китая в условиях цифровой экономики:
сравнительный анализ практик**

Диссертационное исследование посвящено сравнительному анализу медиакоммуникаций России и Китая в условиях цифровой экономики. На основе контент-анализа публикаций @Синьхуа в VK и @RT в Weibo за 2022 год выявлены различия в коммуникативных стратегиях государственных СМИ. Регрессионный анализ показал, что российская аудитория наиболее вовлечена новостями развлечений и экологии, тогда как китайская — политикой и безопасностью.

В работе обосновано формирование двух национальных моделей: китайской интегративно-медиаэкосистемной (симбиоз государства и платформ, превентивные алгоритмы) и российской суверенно-протекционистской (жизнестойкий контроль, правовые барьеры).

Предложены практические рекомендации по развитию российско-китайского медиасотрудничества, включая технологическую синергию и координацию регуляторных подходов в области цифрового суверенитета. Результаты могут быть использованы медиаменеджерами и государственными органами, регулирующими медиасферу.

Zhu Huijie (PRC)

**Media Communications in Russia and China in the Digital Economy: A
Comparative Analysis of Practices**

This dissertation research is devoted to a comparative analysis of media communications between Russia and China in the context of the digital economy. A content analysis of @Xinhua on VK and @RT on Weibo in 2022 revealed differences in the communication strategies of state media. A regression analysis revealed that Russian audiences are most engaged by entertainment and environmental news, while Chinese audiences are more engaged by politics and security.

The paper substantiates the development of two national models: the Chinese integrative media ecosystem (symbiosis of the state and platforms, preventative algorithms) and the Russian sovereign-protectionist model (robust control, legal barriers).

Practical recommendations for developing Russian-Chinese media cooperation are offered, including technological synergy and coordination of regulatory approaches in the area of digital sovereignty. The results can be used by media managers and government agencies regulating the media sphere.