НОВЫЕ МЕДИА

Кравцов Кирилл Сергеевич, студент программы «Востоковедение», Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, Россия; e-mail: kskravtsov@edu.hse.ru

Соболева Елена Дмитриевна, PhD (политическая наука), доцент кафедры исследований Китая, Юго-Восточной и Южной Азии, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, Россия; e-mail: edsoboleva@hse.ru

АККАУНТЫ КИТАЙСКИХ ПОСОЛЬСТВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЙ ДИПЛОМАТИИ КНР В АФРИКЕ[1]

Китай в период председательства Си Цзиньпина совершенствует информационное и идеологическое сопровождение своей внешнеполитической деятельности, в том числе с помощью инструментов цифровой дипломатии. Авторы статьи на примере цифровой дипломатии КНР в Африке анализируют, какие идеи стремятся донести диппредставительства КНР до иностранных пользователей социальных сетей. Эмпирическая часть исследования включает фрейм-анализ 295 постов, опубликованных в аккаунтах посольств КНР в Кении, ЮАР, Алжире, Египте, Судане за период с 2019 по 2021 г. Диппредставительства подробно описывают успехи КНР, преимущества китайской модели развития, стремятся популяризировать традиционную культуру – ключевой элемент мягкой силы Китая, а также пытаются отразить критику со стороны западных стран. Несмотря на отсутствие единой стратегии по развитию цифровой дипломатии КНР, во изученных нами аккаунтах был зафиксирован общий набор фреймов, так как их контент во многом копирует дискурс китайских официальных СМИ и практически не адаптируется под социальных сети.

***Ключевые слова**: цифровая дипломатия, международные коммуникации, социальные сети, китайско-африканские отношения, фрейм-анализ.*

Kirill S. Kravtsov, student of BA program Asian Studies, HSE University, St. Petersburg, Russia; e-mail: kskravtsov@edu.hse.ru

Elena D. Soboleva, PhD in Political Science, Associate Professor at the Chair of Chinese, South and Southeast Asian Studies, HSE University, St. Petersburg, Russia; e-mail: edsoboleva@hse.ru

PRC'S DIGITAL DIPLOMACY IN SOCIAL NETWORK ACCOUNTS OF CHINESE EMBASSIES IN AFRICA

Since Xi Jinping became President, China has been trying to improve informational and ideological support of its foreign policy by different means, including digital diplomacy. Focusing on China's digital diplomacy in Africa, the authors of this article

analyze which ideas and in what way Chinese diplomatic missions seek to convey to foreign users of social media. The empirical part of the study includes a frame analysis of 295 posts published in the social media accounts of Chinese embassies in Kenya, South Africa, Algeria, Egypt, Sudan between 2019 and 2021. In these accounts, Chinese diplomats describe in detail the successes of the PRC and the merits of its development model, strive to popularize traditional Chinese culture, a key element of China's soft power strategy, and aspire to refute accusations and criticisms of China's foreign and domestic policies voiced by Western countries. Despite the absence of a unified strategy for digital diplomacy development in the PRC, the authors detected the same set of frames in all the accounts under study. This can be explained by the fact that the content of communication to a large extent copies the discourse of Chinese official media and is not largely tailored to social media.

***Key words**: digital diplomacy, global communications, social media, China-Africa relations, frame analysis.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.4.2023.320

Введение

Сотрудничество с африканскими странами является важным элементом внешней политики КНР: в 2006 и 2015 гг. были опубликованы стратегии КНР по Африке[2, 3], а в 2022 г. товарооборот вырос до 282 млрд долл. – рекордного показателя за всю историю торгово-экономических отношений[4]. Помимо увеличения объемов торговли, запуска инвестиционных проектов и развития культурных связей, Китай увеличивает и присутствие в медиасекторе африканских стран (Jedlowski, Röschenthaler, 2017). В частности, китайские диппредставительства в Африке активно ведут аккаунты в социальных сетях, которые заблокированы внутри КНР: цифровая дипломатия использует новые каналы для коммуникации с иностранной аудиторией (Салью, 2022: 158).

Под цифровой дипломатией понимают использование правительствами ресурсов сети Интернет, прежде всего социальных медиа, для коммуникации с иностранной аудиторией и достижения внешнеполитических целей (Olubukola, 2017). Цифровая дипломатия появилась на рубеже 2009–2010 гг. как направление публичной дипломатии. С тех пор подходы и методы влияния на аудиторию с помощью цифровых инструментов значительно эволюционировали: наряду с публикациями, транслирующими позитивный имидж собственного государства, появились негативные сообщения о других странах, а распространяемая информация часто

направлена на обострение политических дискуссий внутри этих стран (Цветкова, 2020). Акторами цифровой дипломатии традиционно выступают министерства иностранных дел и посольства. Однако все чаще они прибегают к помощи других, формально независимых субъектов, например популярных блогеров (инфлюэнсеров), аналитиков больших данных, хакеров (Цветкова, Сытник, Гришанина, 2022).

Исследователи отмечают, что в период председательства Си Цзиньпина совершенствуется информационное и идеологическое сопровождение внешнеполитической деятельности КНР (Денисов, Зуенко, 2022), к которому как раз и относится цифровая дипломатия. Внутри Китая тема цифровой дипломатии с недавних пор привлекает внимание исследователей, они занимаются теоретическим осмыслением данного феномена (Guo, 2021; Shi, Wang, 2020; Zhang, 2018). Среди отечественных и зарубежных ученых популярны сравнительные исследования цифровой дипломатии КНР и других стран (Цветкова, Сытник, Гришанина, 2022; Bjola, Jiang, 2015; Repnikova, Chen, 2023). Например, И. Е. Денисов, А. Р. Дагаев и С. П. Султанаев (2021) изучили цифровую дипломатию КНР в русскоязычных социальных сетях в первый год пандемии коронавируса и сравнили ее с деятельностью посольств Японии и Южной Кореи. Авторы делают вывод, что китайские посольства зачастую являются «информационными посредниками», цифровая дипломатия КНР носит оборонительный и реактивный характер, но обладает большим потенциалом для развития.

Отечественные исследования китайско-африканских отношений, как правило, фокусируются на истории и тенденциях взаимодействия КНР и стран Африки, например торгово-экономических связях или военном сотрудничестве (Дейч, 2014; Кравцов, 2021; Зеленев, Солощева, 2021). Что касается изучения применения цифровой дипломатии КНР в Африке, то стоит отметить работу Мадрид-Моралеса (Madrid-Morales, 2017), который дает общий обзор китайской цифровой дипломатии на африканском континенте, описывает институты, вовлеченные в ее реализацию, и оценивает аудиторию и ее интересы. Также появляются исследования, посвященные отдельным кейсам использования социальных сетей китайскими диппредставительствами в Африке, например в разгар пандемии коронавирусной инфекции (Shumba, 2021).

Хотя структура китайской цифровой дипломатии описана довольно подробно, ее содержательное наполнение требует дальнейшего изучения. Мы стремимся проанализировать, какие идеи китайские диппредставительства транслируют пользователям социальных сетей в пяти африканских странах. Предполагается, что коммуникация через социальные сети должна способствовать более эффективной реализации китайской внешней политики в Африке, снижать синофобию и формировать нарративы и повестку, которые были бы выгодны КНР (Аликберова, Балакин, 2019).

Методика исследования

В качестве основной площадки, на которой размещаются интересующие нас страницы посольств, была выбрана социальная сеть *Facebook*[5], т. к. именно в ней у китайских посольств в Африке больше всего подписчиков. Кроме того, цифровая дипломатия китайских посольств в Кении и ЮАР на примере другой популярной социальной сети *Twitter*[6] уже попадала в фокус исследовательского интереса (Repnikova, Chen, 2023).

В работе анализировались аккаунты посольств КНР в ЮАР, Кении, Египте, Алжире и Судане. Страны были выбраны по следующим критериям: 1) более 20 000 подписчиков у аккаунта диппредставительства КНР в этой стране в *Facebook*; 2) страна входит в 10 крупнейших экономик Африки; 3) страна имеет значительный объем торговли с КНР; 4) страна имеет относительно большую численность населения (более 40 млн чел.). Мы включили в нашу выборку страны с разными политическими режимами (свободный, несвободный, частично свободный)[7]. Общая информация о страных представлена в таблице 1.

Для анализа содержания постов в статье использовался фрейм-анализ. Под фреймированием понимается организация новостного сюжета тематически, стилистически и фактически таким образом, чтобы передать определенную интерпретацию (Entman, 1993). Фреймы, как правило, объединяют ключевые идеи, стандартные фразы и стереотипные изображения для поддержки такой интерпретации. Фрейм-анализ был выполнен с помощью индуктивного метода, который позволяет выделить подходящие для целей конкретного исследования фреймы. На первом этапе при

чтении постов мы обращали внимание на то, какие темы затрагиваются и в каком ключе они обсуждаются. Например, в публикациях, посвященных сотрудничеству КНР и африканских стран, мы фиксировали повторяющиеся идеи и лексику, указывающую на то, какое взаимодействие интерпретируется, и присваивали таким интерпретациям определенный код. Далее на основе обобщения всех выделенных на первом этапе кодов был составлен список фреймов, с помощью которого на втором этапе были повторно закодированы все собранные данные. В исследовании использовался холистский подход, то есть кодировалось наличие или отсутствие медиафрейма в целом, а не его отдельных индикаторов. При этом единицей анализа являлся один пост в аккаунте посольств КНР, то есть каждому посту присваивался один фрейм. Также, чтобы дать общий обзор аккаунтов китайских посольств в Африке и определить уровень внимания пользователей к публикуемому контенту, с помощью сайта *Popsters*[8] были собраны количественные показатели, такие как количество подписчиков, постов, лайков и комментариев, показывающих уровень вовлеченности аудитории.

Таблица 1

Общая информация об изучаемых странах

Страна	ВВП по ППС (млрд долл.)[9]	Население (млн чел.)[10]	Политический режим	Объем торговли с КНР (млрд долл.)	Объем инвестиций КНР (млрд долл.)[11]	Кол-во интернет-пользователей (млн чел.)[12]	Кол-во подписчиков Facebook
Алжир	537,07	45,2	несвободный	7,43	1,64	37,84	27 294
Египет	1 388,33	111,7	несвободный	19,97	1,19	54,74	30 133
Кения	276,22	54,5	частично свободный	6,96	2,15	46,87	24 834

Окончание таблицы 1

Судан	189,39	47,4	несво-бодный	2,6	1,12	13,12	28 093
ЮАР	865,82	60,1	свобод-ный	54,35	5,42	34,55	53 191

Данные для фрейм-анализа были собраны в 2022 г., а в качестве хронологических рамок были выбраны три года – 2019, 2020 и 2021. Этот период примечателен резким ростом количества аккаунтов китайских диппредставительств в Африке (Дейч, Цветкова, Кравцов, 2022: 14), что объясняется необходимостью компенсировать репутационный урон, который КНР потерпела в начале пандемии коронавируса. Поскольку не представляется возможным изучить десятки тысяч публикаций на предмет фреймов, было решено взять по 2 случайные новости в месяц в каждом из 5 рассматриваемых аккаунтов, что считается достаточным для объективной репрезентации медийных материалов в рамках одного месяца (Wimmer, Dominick, 1997). В сумме было проанализировано 295 публикаций на официальных языках изучаемых африканских стран (английском, арабском и французском) за 2019–2021 гг.: Кении (68), Алжира (54), ЮАР (72), Египта (58) и Судана (43). Количество публикаций разнится в силу того, что активность аккаунтов неодинакова, а некоторые из них начали функционировать не с самого начала 2019 г.

Результаты

В таблице 2 представлены данные для краткого обзора количественных показателей аккаунтов посольств КНР в пяти выбранных странах Африки. Лидером по числу пользователей выступает Судан с 60 тыс. подписчиков, далее следуют ЮАР, Египет, Алжир и Кения. На протяжении 2019–2021 гг. наиболее активно публиковал новости аккаунт посольства в Судане (3 382 поста), у аккаунта в Алжире 338 постов – в 10 раз меньше. Такая разница в работе диппредставительств объясняется тем, что в КНР нет единой программы по развитию цифровой дипломатии и посольства самостоятельно выбирают стратегию ведения аккаунтов в социальных сетях. Несмотря на то что аккаунт в Египте

имеет меньшую аудиторию и меньшее количество постов, чем ЮАР и Судан, количество лайков за рассматриваемый период достигло 278 тыс., в среднем каждый день пользователи ставили отметку «мне нравится» 194 раза. Этот же аккаунт получил наибольшее количество комментариев (16 135), конкуренцию ему составил только аккаунт в Кении (15 134). Индекс вовлеченности аудитории наиболее высок у аккаунта посольства в Египте, а меньше всего внимания пользователей привлекли страницы посольств в ЮАР и Судане, что примечательно, ведь ЮАР – главный торгово-экономический партнер Китая в Африке.

Таблица 2

Показатели аккаунтов посольств КНР в *Facebook* (2019–2021)

Показатель	**Судан**	**Египет**	**Алжир**	**Кения**	**ЮАР**
Подписчики	60 000	32 000	29 000	24 000	52 000
Посты	3 382	1 434	338	2 237	1 279
Лайки	13 701	278 273	68 171	42 213	6 994
Комментарии	1 027	16 135	9 375	15 134	4 586
Лайки в среднем	4	194	201	18	5
Комментарии в среднем	0	11	27	6	3
ER на пост	0,0146%	0,7038%	0,8951%	0,1172%	0,0203%
ER в день	0,073%	1,1509%	0,3078%	0,2589%	0,0237%
Языки	Английский/ арабский/ китайский/ русский/ французский/испанский	Английский/ арабский/ китайский	Английский/ арабский/китайский/ французский	Английский	Английский

Фрейм-анализ постов в 5 аккаунтах посольств КНР в Африке выявил, что для представления информации чаще всего используются следующие фреймы: успешная модель, знакомство с культурой, рука помощи, призыв к справедливости и ответ на критику, дружеские контакты, личная история, спасем природу. Наиболее распространенными фреймами стали первые три, которые встречались более чем в 60% публикаций из нашей выборки (таблица 3).

Таблица 3

Результаты фрейм-анализа постов в аккаунтах посольств КНР

Фрейм	Кения	Алжир	ЮАР	Египет	Судан	В среднем
Успешная модель	23,5% (16)	18,5% (10)	23,6% (17)	20,7% (12)	25,6% (11)	22,4%
Знакомство с культурой	14,7% (10)	20,4% (11)	31,8% (23)	6,9% (4)	34,9% (15)	21,7%
Рука помощи	32,4% (22)	25,9% (14)	16,7% (12)	15,5% (9)	14% (6)	20,9%
Призыв к справедливости и ответ на критику	10,3% (7)	14,8% (8)	16,7% (12)	27,6% (16)	11,6% (5)	16,2%
Дружеские контакты	8,8% (6)	18,5% (10)	5,6% (4)	27,6% (16)	7% (3)	13,5%
Личная история	4,4% (3)	1,9% (1)	1,4% (1)	1,7% (1)	7% (3)	3,3%
Спасем природу	5,9% (4)	0% (0)	4,2% (3)	0% (0)	0% (0)	2%

Самым частотным оказался фрейм «успешная модель» (22,4%), который рассказывает о развитии КНР, делая акцент на достижениях как на международной арене, так и внутри страны. В частности, можно выделить пять сфер, успехам в которых посвящено больше всего внимания: борьба с бедностью, реализа-

ция реформ и модернизация, борьба с коронавирусом, развитие науки и техники, международное сотрудничество. Китайские диппредставительства подкрепляют этот фрейм статистическими данными: например, южноафриканской аудитории сообщалось, что на Китай приходится две трети мировых скоростных железных дорог, а в Пекине построили 4 300 станций *5G*. Посольства не просто пишут о достижениях КНР, но и транслируют идею о том, что Китай является моделью для подражания. В частности, напрямую говорится, что Египту следует извлечь уроки из политики реформ и открытости Китая, чтобы добиться быстрого развития экономической зоны Красного моря, а также следует стремиться к достижению чуда развития по модели «Шэньчжэнь».

Что касается достижений на международной арене, то в публикациях подчеркивается выгода от успехов КНР для других стран. Инициатива «Пояс и Путь» изображается как наиболее успешный проект КНР, который «родился в Китае и принадлежит всему миру», который покончит с изоляционизмом и создаст «новую модель открытого взаимовыгодного международного сотрудничества». Посольства пишут о том, что Китай способен сделать вклад в глобальное управление, предлагает новые концепции, ориентированные на мирное развитие и многостороннее сотрудничество.

Публикации, отнесенные к следующему по популярности фрейму «знакомство с культурой» (21,7%) также рассказывают о КНР, но в фокус попадает китайская культура: праздники, музыка, культурные достопримечательности, традиции народов Китая. При этом мало внимания уделяется современным китайским художникам и артистам, книгам, актуальным социальным трендам. Ключевой частью стратегии КНР по наращиванию мягкой силы является продвижение именно традиционной культуры (Liu, 2019), что находит отражение и в цифровой дипломатии. Среди публикаций изредка можно встретить новости о культуре и обществе африканских стран и культурных связях между КНР и этими государствами, например пост о фильме алжирского производства «Абу Лейла», который был показан на Шанхайском кинофестивале в 2020 г. Стоит отметить, что данный фрейм редко встречается в постах китайского посольства в Египте. Одним из исключений является сюжет о радостном праздновании Ид-аль-Фитра мусульма-

нами в Синьцзян-Уйгурском автономном районе (СУАР). Такой сюжет, с одной стороны, может заинтересовать аудиторию, которая преимущественно исповедует ислам, а с другой – помогает опровергнуть обвинения в том, что уйгуры в КНР страдают от дискриминации.

Не менее важным является фрейм «рука помощи» (20,9%), отражающий позитивное влияние Китая на национальную экономику, здравоохранение, гуманитарную и социальную сферы африканских стран. КНР изображается как важный помощник африканских стран в борьбе с коронавирусом: бесплатные поставки масок и другого медицинского оборудования, экономическая помощь, списание долгов и т. д. Аккаунт китайского посольства в ЮАР рассказывает, как посол Линь Сунтянь лично дарил рождественские подарки пожилым людям и детям в бедном районе, что преподносится как «знак настоящей дружбы и братства» между КНР и ЮАР. Не только чиновники, но и местные жители-китайцы участвовали в благотворительной деятельности: фермеры китайского происхождения жертвовали большие объемы овощей для нуждающегося южноафриканского населения. С одной стороны, публикации такого рода демонстрируют положительное влияние КНР на жизнь простых африканцев. С другой стороны, использование таких сюжетов несколько двусмысленно, поскольку содержит нотки «афропессимизма» (Bassil, 2011): африканские страны и их жители предстают слабыми и нуждающимися в посторонней помощи.

Для создания этого фрейма приводится статистика о завершенных Китаем проектах, например о строительстве в Кении 6 000 км дорог, 170 школ, 20 портов, то есть о повышении качества жизни кенийских граждан. Этот фрейм подкрепляют заявления официальных лиц из африканских стран. В частности, публикуются слова президента Египта Абдель Фаттах Ас-Сиси, который подтвердил, что египетская сторона приветствует дальнейший приток китайских инвестиций в Египет, а также выразил свою «глубокую признательность» за постоянную поддержку Китаем развивающихся стран. Стоит отметить, что китайские посольства повторяют идеи китайского официального дискурса о том, что сотрудничество КНР с другими странами носит равноправный и взаимовыгодный характер, не является попыткой вмешиваться в их внутренние дела: например, Китай обещает ни при каких об-

стоятельствах не контролировать Кению посредством так называемой «долговой ловушки».

Четвертый по популярности фрейм «призыв к справедливости и ответ на критику» (16,2%) зафиксирован в публикациях, в которых китайские дипломаты пытались защитить репутацию своей страны и ответить на критику по поводу корыстных намерений Китая в китайско-африканских отношениях, ненадежности китайских вакцин в борьбе с *COVID-19*, ситуации в Гонконге и СУАР. Также в связи с критикой КНР в начале пандемии коронавируса упоминалось, что «вирус не имеет национальных границ, не различает цвет кожи, расу, богатство» и что необходимо избегать связывания коронавируса с отдельными людьми.

Для подтверждения своей правоты дипломаты публиковали материалы из других источников, например китайского информагентства «Синьхуа» (*Xinhua*), цитировали политиков других стран, приводили мнения специалистов по медицине, которые подтверждали эффективность китайских вакцин, или новости о принятии вакцин в качестве резервных в отдельных странах (например, ОАЭ). Китайское посольство в ЮАР процитировало речь президента этой страны Сирила Рамафозы, в которой он говорил об «очевидной зависти США», из-за того что китайская компания «Хуавэй» (*Huawei*) их «обошла». В публикации заявлялось, что ЮАР поддерживает компанию, способную обеспечить мир в целом и ЮАР в частности «лучшими технологиями». В отдельных постах встречаются видеоролики и статьи о жизни уйгуров в КНР, разоблачается дезинформация о политике КНР в СУАР.

Фрейм «дружеские контакты» (13,5%) касается особых отношений между китайским и африканскими народами. Часто можно встретить обращение к африканским народам как к «братьям и сестрам» Китая, упоминание длительной истории контактов между двумя сторонами и возможности общего будущего. Зачастую поводом для публикаций служили различные формальные встречи между чиновниками, форумы и саммиты. По итогам встречи в рамках Китайско-арабского форума сотрудничества китайское посольство заявило, что «китайско-арабское сообщество единой судьбы развивается». Из другой новости уже о Форуме сотрудничества Китай–Африка следова-

ло, что Китай нацелен создать «здоровое сообщество единой судьбы» для китайцев и африканцев, чтобы вместе преодолеть существующие трудности.

В небольшой части публикаций в нашей выборке встретился фрейм «личная история» (3,3%). В фокусе таких постов была история одного человека, как правило связанного с Китаем, – история успешного молодого предпринимателя из Кении или местного жителя, жизнь которого кардинально изменилась после запуска участка железной дороги, построенной китайскими подрядчиками. Этот фрейм призван сделать публикации более эмоциональными, продемонстрировать положительное влияние КНР на жизнь отдельных африканцев и таким образом привлечь внимание аудитории. Стоит отметить, что в постах посольств КНР в Алжире, ЮАР и Египте, попавших в нашу выборку, такой фрейм почти не встречался.

Последний фрейм «спасем природу» (2%) связан с экологической повесткой, которая стала актуальна для многих стран в последние годы в контексте проблем с изменением климата. Упор здесь делается на успешный вклад Китая в защиту лесов и дикой природы в своей стране и в Африке, на стремление продолжать работу в этом направлении. Довольно неожиданным оказался материал про бобров в СУАР, с которых рекомендуется брать пример, поскольку они скорее способствуют росту деревьев, чем уничтожают их. Другие посты освещали выступление председателя Си Цзиньпина на Саммите по вопросам климата, в котором он говорил о приверженности КНР своим обязательствам по борьбе с изменением климата и поиске баланса между защитой окружающей среды и устойчивым развитием.

Заключение

Несмотря на отсутствие единой стратегии по развитию цифровой дипломатии КНР и значительные различия в интенсивности использования социальных сетей китайскими посольствами в разных странах мира, во всех изученных нами аккаунтах был зафиксирован одинаковый набор фреймов. Это можно объяснить тем, что контент не является уникальным, во многом копирует дискурс китайских партийных СМИ и практически не адаптируется под социальные сети. Поэтому очень редко используется фрейм «личная история», который освещает межгосударственные отношения

в менее формальном стиле, обращаясь к истории отдельных людей. Намного больше внимания уделяется встречам официальных лиц и другим формальным мероприятиям (фрейм «дружеские контакты»), которыми изобилуют китайские СМИ (Кривохиж, Соболева, Мельникова, 2023: 108). Кроме того, посольства просто транслируют информацию, которую берут из официальных пресс-релизов МИД КНР, и не используют доступный в социальных сетях инструментарий для привлечения пользователей к диалогу, как это, например, происходит в китайских социальных сетях (Repnikova, Fang, 2018).

Значительная часть постов в нашей выборке обращает внимание аудитории на успехи КНР на национальном и международном уровне (фрейм «успешная модель»). Диппредставительства описывают экономические, политические и социальные достижения китайского руководства, в частности такие, как победа над крайней бедностью, а некоторые публикации содержат прямые призывы к лидерам африканских стран копировать китайский опыт как успешную модель развития. Такой фрейм призван, с одной стороны, создать положительный имидж КНР как эффективного и потому желаемого партнера, а с другой – показать, что западная модель развития не является единственно возможной. Второе является важной идеей в китайской борьбе за дискурс.

Также в публикациях нашей выборки Китай часто представляется как страна с богатой традиционной культурой (фрейм «знакомство с культурой»), которая считается ключевым элементом стратегии мягкой силы Китая. Несмотря на отмечаемое учеными разочарование Китая в стратегии мягкой силы и культурной дипломатии (Денисов, Зуенко, 2022), китайские диппредставительства за рубежом продолжают популяризацию китайской культуры и через относительно новый канал – аккаунты в социальных сетях.

Следующий по популярности фрейм «рука помощи» также связан с попыткой рассказать о преимуществах сотрудничества с КНР. Он делает акцент на том, что Китай является не просто одним из главных партнеров африканских стран, но самым надежным помощником, готовым оказывать финансовую, медицинскую и другую помощь. Как и в случае с призывами перенимать китайский опыт, в такой подаче информации можно заме-

тить нотки высокомерия и даже афропессимизма, то есть дискурса, в рамках которого африканские страны предстают как слабые и нуждающиеся в помощи.

Помимо попыток повлиять на дискурс путем создания собственного нарратива про успешный Китай и преимущества сотрудничества с ним, публикации в социальных сетях также содержат ответы на критику со стороны США и других развитых стран, которые обвиняют КНР в нарушении прав человека, неоколониализме, долговой ловушке (фрейм «призыв к справедливости и ответ на критику»). В таких постах часто цитируются официальные представители международных организаций или авторитетные иностранные специалисты для подкрепления китайской позиции. Примечательно, что чаще всего этот фрейм наблюдался в аккаунтах посольств в ЮАР и Египте – крупнейших партнеров США на континенте.

Наконец, несмотря на отмеченные сходства в выборе фреймов, происходит некоторая настройка содержания цифровой дипломатии под особенности аудитории. Например, подписчикам китайских посольств в арабских странах рассказывают о роли КНР в решении конфликта Израиля и Палестины и про празднование исламских праздников в СУАР.

Примечания

[1] Публикация подготовлена в ходе проведения исследования (№ 21-04-013) в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)» в 2022 г.

[2] Zhongguo dui feizhou zhengce wenjian (quanwen) [Политика Китая по Африке (полный текст)] // МИД КНР. 2006. Режим доступа: https://www.fmprc.gov.cn/ce/cebn/chn/xw/t231064.htm (дата обращения: 13.01.2022).

[3] Zhongguo dui feizhou zhengce wenjian (quanwen) [Политика Китая по Африке (полный текст)] // Правительство КНР. 2015. Режим доступа: http://www.gov.cn/xinwen/2015-12/05/content_5020197.htm (дата обращения: 13.01.2022).

[4] 2022nian 12yue jinchukou shangpin zhuyao guobie (diqu) zongzhibiao (meiyuanzhi) [Таблица общей стоимости импортных и экспортных товаров по основным странам (регионам) в декабре 2022 г. (в долларах США)] // Главное таможенное управление КНР. 2023. Режим доступа: http://nanning.customs.gov.cn/customs/302249/zfxxgk/2799825/302274/302275/4794352/index.html (дата обращения: 26.01.2023).

[5] *Facebook* – проект *Meta Platforms Inc*., деятельность которой в РФ запрещена.

[6] *Twitter* – социальная сеть, доступ к которой заблокирован в РФ.

[7] Countries and territories (2022) *Freedom House*. Режим доступа: https://freedomhouse.org/countries/freedom-world/scores (дата обращения: 25.09.2022).

[8] Popsters. 2022. Режим доступа: https://popsters.ru/ (дата обращения: 22.12.2022).

[9] GDP, PPP (current international $) (2021) *The World Bank*. Режим доступа: https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.PP.CD (дата обращения: 25.09.2022).

[10] Zhonghua renmin zhongheguo shangwu bu [Министерство коммерции КНР] // Правительство КНР. Режим доступа: http://www.mofcom.gov.cn/article/tongjiziliao/sjtj/ (дата обращения: 26.05.2022).

[11] Total Population by Country 2022 (2022) *World Population Review*. Режим доступа: https://worldpopulationreview.com/countries (дата обращения: 25.09.2022).

[12] Internet Users Statistics for Africa (2022) *Internet World Stats*. Режим доступа: https://www.internetworldstats.com/stats1.htm (дата обращения: 25.02.2022).

Библиография

Аликберова А. Р., Балакин Д. А. Цифровая дипломатия с китайской спецификой // Современные востоковедческие исследования. 2019. № 3. С. 77–81.

Дейч Т. Л. Китай «завоевывает» Африку. М.: Институт Африки РАН, 2014.

Дейч Т. Л., Цветкова Н. Н., Кравцов К. С. Развитие африканской цифровой экономики и участие в нем Китая // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2022. № 15 (4). С. 6–22. DOI: https://doi.org/10.31249/kgt/2022.04.01

Денисов И. Е., Зуенко И. Ю. От мягкой силы к дискурсивной силе: новые идеологемы внешней политики КНР. М.: МГИМО-Университет, 2022.

Денисов И. Е., Дагаев А. Р., Султанаев С. П. Chinese digital diplomacy in the pandemic and post-pandemic times: Analysis of the Russian-language accounts // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. 2021. № 26. С. 274–290. DOI: 10.24412/26186888202126274290

Зеленев Е. И., Солощева М. А. 20 лет политики КНР в Африке: из прошлого в будущее // Азия и Африка сегодня. 2021. № 2. С. 5–14. DOI: 10.31857/S032150750013956-3

Кравцов К. С. Торгово-экономические отношения КНР с Алжиром, Марокко и Мавританией в XXI веке // Азия и Африка сегодня. 2021. № 10. С. 55–64. DOI: 10.31857/S032150750015293-4

Кривохиж С. В., Соболева Е. Д., Мельникова Е. С. ШОС через призму китайских СМИ: анализ публикаций в «Жэньминь Жибао» и «Хуаньцю Шибао» // Вестн. РУДН. Сер.: Международные отношения. 2023. № 23 (1). С. 105–115. DOI: 10.22363/2313-0660-2023-23-1-105-115

Салью Х. Публичная дипломатия или публичная глокализация? Переосмысление публичной дипломатии в эпоху постправды // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2022. № 1. С. 157–175. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2022.157175

Цветкова Н. А. Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения // Вестн. РГГУ. Сер.: Политоло-

гия. История. Международные отношения. 2020. № 2. С. 37–47. DOI: https://doi.org/10.28995/2073-6339-2020-2-37-47

Цветкова Н. А., Сытник А. Н., Гришанина Т. А. Цифровая дипломатия и digital international relations: вызовы и новые возможности // Вестн. СПбГУ. Международные отношения. 2022. № 15 (2). С. 174–196. DOI: https://doi.org/10.21638/spbu06.2022.204

Bassil N. R. (2011) The roots of Afropessimism: the British invention of the 'dark continent'. *Critical Arts* 25 (3): 377–396. DOI: 10.1080/02560046.2011.615141

Bjola C., Jiang L. (2015) Social Media and Public Diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, Us and Japan in China. In C. Bjola, M. Holmes (eds.) *Digital Diplomacy*. Abingdon: Routledge.

Cave D., Hoffman S., Joske A., Ryan F. et al. (2019) Enabling & exporting digital authoritarianism. In *Mapping China's technology giants*. Australian Strategic Policy Institute. Pp. 8–15.

Entman R. M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication* 43 (4): 51–58. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Guo Y. (2021) Shuzihua gongong waijiao: shijian kunjing, lilun quexian yu lunli fengxian[Digital public diplomacy: Practical dilemmas, theoretical shortcomings and ethical risks]. *Weilai chuanbo*4: 38–45. (In Chinese)

Jedlowski A, Röschenthaler U. (2017) China–Africa media interactions: media and popular culture between business and state intervention. *Journal of African Cultural Studies* 29 (1): 1–10. DOI: https://doi.org/10.1080/13696815.2016.1268953

Liu X. (2019) China's Cultural Diplomacy: A Great Leap Outward with Chinese Characteristics? Multiple Comparative Case Studies of the Confucius Institutes. *Journal of Contemporary China* 28 (118): 646–661. DOI: 10.1080/10670564.2018.1557951

Madrid-Morales D. (2017) China's digital public diplomacy towards Africa. In K. Batchelor, X. Zhang (eds.) *China-Africa Relations*. London: Routledge. DOI: 10.4324/9781315229096-8

Olubukola S. A. (2017) Foreign policy in an era of digital diplomacy. *Cogent Social Sciences* 3 (1). DOI: 10.1080/23311886.2017.1297175

Repnikova M., Chen K. A. (2023) Asymmetrical discursive competition: China–United States digital diplomacy in Africa. *International Communication Gazette* 85 (1): 15–31. DOI: 10.1177/17480485221139460

Repnikova M., Fang K. (2018) Authoritarian Participatory Persuasion 2.0: Netizens as Thought Work Collaborators in China. *Journal of Contemporary China* 27 (113): 763–779. DOI: https://doi.org/10.1080/10670564.2018.1458063

Shi A., Wang P. (2020) Shuzi gonggong waijiao xingqi yu guangdian guoji chuanbo nengli tisheng – jiyu "ouxiang" moshi de fenxi [The growth of digital public diplomacy and the improvement of international communication

opportunities on radio and television — an analysis based on the "idol" model]. *Dianshi yanjiu* 1: 6–9. (In Chinese)

Shumba E. (2021) An investigation into 'Wolf Warrior' diplomacy in Africa via Twitter and Facebook at the height of the COVID-19 pandemic. *South African Journal of International Affairs* 28 (3): 471–483. DOI: https://doi.org/10.1080/10220461.2021.1976267

Wimmer R. D., Dominick, J. R. (1997) *Mass Media Research: An Introduction*. Boston: Wadsworth Publishing.

Zhang Y. (2018) Shuzi gonggong waijiao yu zhongguo guoji chuanbo – yi minying meiti qiye wei li [China's Digital Public Diplomacy and International Communication — on the example of Private media enterprises]. *Duiwai chuanbo* 10: 54–57. (In Chinese)

Notes

The publication was prepared within the framework of the Academic Fund Program at HSE University in 2022 (grant № 21-04-013).

2022nian 12yue jinchukou shangpin zhuyao guobie (diqu) zongzhibiao (meiyuanzhi) [Table of the total cost of goods imported and exported by key countries (regions) in December 2022 (in US dollars)] (2023) *General Administration of Customs*. Available at: http://nanning.customs.gov.cn/customs/302249/zfxxgk/2799825/302274/302275/4794352/index.html (accessed: 26.01.2023).

Countries and territories (2022) *Freedom House*. Available at: https://freedomhouse.org/countries/freedom-world/scores (accessed: 25.09.2022).

GDP, PPP (current international $) (2021) *The World Bank*. Available at: https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.PP.CD (accessed: 25.09.2022).

Internet users statistics for Africa (2022) *Internet World Stats*. Available at: https://www.internetworldstats.com/stats1.htm (accessed: 25.02.2022).

Popsters (2022) Available at: https://popsters.ru/ (accessed: 22.12.2022).

Total population by country 2022 (2022) *World Population Review*. Available at: https://worldpopulationreview.com/countries (accessed: 25.09.2022).

Zhonghua renmin zhongheguo shangwu bu [Ministry of Commerce of the PRC]. *PRC Government*. Available at: http://www.mofcom.gov.cn/article/tongjiziliao/sjtj/ (accessed: 26.05.2022).

Zhongguo dui feizhou zhengce wenjian (quanwen) [China's policy on Africa (full text)] (2006) *MFA PRC*. Available at: https://www.fmprc.gov.cn/ce/cebn/chn/xw/t231064.htm (accessed: 13.01.2022).

Zhongguo dui feizhou zhengce wenjian (quanwen) [China's policy on Africa (full text)] (2015) *PRC Government*. Available at: http://www.gov.cn/xinwen/2015-12/05/content_5020197.htm (accessed: 13.01.2022).

References

Alikberova A. R., Balakin D. A. (2019) Tsifrovaya diplomatiya s kitayskoy spetsifikoy [Digital Diplomacy with Chinese Specificity]. *Sovremennye vostokovedcheskie issledovaniya* 1 (3): 77–81. (In Russian)

Bassil N. R. (2011) The Roots of Afropessimism: the British Invention of the 'Dark Continent'. *Critical Arts* 25 (3): 377–396. DOI: 10.1080/02560046.2011.615141

Bjola C., Jiang L. (2015) Social Media and Public Diplomacy: A Comparative Analysis of the Digital Diplomatic Strategies of the EU, US and Japan in China. In C. Bjola, M. Holmes (eds.) *Digital Diplomacy*. Abingdon: Routledge.

Cave D., Hoffman S., Joske A., Ryan F. et al. (2019) Enabling & Exporting Digital Authoritarianism. In *Mapping China's Technology Giants*. Australian Strategic Policy Institute. Pp. 8–15.

Denisov I. E., Dagaev A. R., Sultanaev S. P. (2021) Chinese Digital Diplomacy in the Pandemic and Post-Pandemic Times: Analysis of the Russian-Language Accounts. *Kitay v mirovoy i regional'noy politike. Istoriya i sovremennost'* 26: 274–290. DOI: 10.24412/26186888202126274290

Denisov I. E., Zuenko I. Y. (2022) *Ot myagkoy sily k diskursivnoy sile: novye ideologemy vneshney politiki KNR* [From Soft Power to Discursive Power: New Ideologems of China's Foreign Policy]. Moscow: MGIMO University Publ. (In Russian)

Deych T. L. (2014) *Kitay «zavoevyvaet» Afriku* [China Is "Conquering" Africa]. Moscow: Institute for African Studies of the Russian Academy of Sciences Publ. (In Russian)

Deych T. L., Tsvetkova N. N., Kravtsov K. S. (2022) Razvitie afrikanskoy tsifrovoy ekonomiki i uchastie v nem Kitaya [Development of Africa's Digital Economy and China's Participation]. *Kontury globalnyh transformacij: politika, ekonomika, pravo* 15 (4): 6–22. DOI: https://doi.org/10.31249/kgt/2022.04.01 (In Russian)

Entman R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* 43 (4): 51–58. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Guo Y. (2021) Shuzihua gongong waijiao: shijian kunjing, lilun quexian yu lunli fengxian [Digital Public Diplomacy: Practical Dilemmas, Theoretical Shortcomings and Ethical Risks]. *Weilai chuanbo* 4: 38–45. (In Chinese)

Jedlowski A, Röschenthaler U. (2017) China–Africa Media Interactions: Media and Popular Culture Between Business and State Intervention. *Journal of African Cultural Studies* 29 (1): 1–10. DOI: https://doi.org/10.1080/13696815.2016.1268953

Kravtsov K. S. (2021) Torgovo-ekonomicheskie otnosheniya KNR s Alzhirom, Marokko i Mavritaniey v XXI veke [China's Trade and Economic Relations with Algeria, Morocco, and Mauritania in the 21st Century]. *Aziya*

i Afrika segodnya 10: 55–64. DOI: 10.31857/S032150750015293-4 (In Russian)

Krivokhizh S. V., Soboleva, E. D., Melnikova, E. S. (2023). ShOS cherez prizmu kitayskikh SMI: analiz publikatsiy v «Zhen'min' Zhibao» i «Khuan›tsyu Shibao» [Chinese Media Representation of SCO: A study of Renmin Ribao and Global Times]. *Vestn. RUDN. Ser.: Mezhdunarodnye otnosheniya* 23 (1): 105–115. DOI: 10.22363/2313-0660-2023-23-1-105-115 (In Russian)

Liu X. (2019) China's Cultural Diplomacy: A Great Leap Outward with Chinese Characteristics? Multiple Comparative Case Studies of the Confucius Institutes. *Journal of Contemporary China* 28 (118): 646–661. DOI: 10.1080/10670564.2018.1557951

Madrid-Morales D. (2017) China's Digital Public Diplomacy Towards Africa. In K. Batchelor, X. Zhang (eds.) *China-Africa Relations*. London: Routledge. DOI: 10.4324/9781315229096-8

Olubukola S. A. (2017) Foreign Policy in an Era of Digital Diplomacy. *Cogent Social Sciences* 3 (1). DOI: 10.1080/23311886.2017.1297175

Repnikova M., Chen K. A. (2023) Asymmetrical Discursive Competition: China–United States Digital Diplomacy in Africa. *International Communication Gazette* 85 (1): 15–31. DOI: 10.1177/17480485221139460

Repnikova M., Fang K. (2018) Authoritarian Participatory Persuasion 2.0: Netizens as Thought Work Collaborators in China. *Journal of Contemporary China* 27 (113): 763–779. DOI: https://doi.org/10.1080/10670564.2018.1458063

Saliu H. (2022) Publichnaya diplomatiya ili publichnaya glokalizaciya? Pereosmyslenie publichnoj diplomatii v epohu postpravdy [Public Diplomacy or Public Glocalization? Rethinking Public Diplomacy in the Post-Truth Era]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1: 157–175. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2022.157175 (In Russian)

Shi A., Wang P. (2020) Shuzi gonggong waijiao xingqi yu guangdian guoji chuanbo nengli tisheng – jiyu "ouxiang" moshi de fenxi [The Growth of Digital Public Diplomacy and the Improvement of International Communication Opportunities on Radio and Television – an Analysis Based on the "Idol" Model]. *Dianshi yanjiu* 1: 6–9. (In Chinese)

Shumba E. (2021) An Investigation into 'Wolf Warrior' Diplomacy in Africa via Twitter and Facebook at the Height of the COVID-19 Pandemic. *South African Journal of International Affairs* 28 (3): 471–483. DOI: https://doi.org/10.1080/10220461.2021.1976267

Tsvetkova N. A. (2020) Fenomen tsifrovoy diplomatii v mezhdunarodnykh otnosheniyakh i metodologiya ego izucheniya [Digital Diplomacy as a Phenomenon of International Relations: Research Methodology]. *Vestn. RGGU. Ser.: Politologiya. Istoriya. Mezhdunarodnye otnosheniya* 2: 37–47. DOI: https://doi.org/10.28995/2073-6339-2020-2-37-47 (In Russian)

Tsvetkova N. A., Sytnik A. N., Grishanina T. A. (2022) Tsifrovaya diplomatiya i digital international relations: vyzovy i novye vozmozhnosti [Digital Diplo-

macy and Digital International Relations: Challenges and New Opportunities]. *Vestn.SPbGU. Mezhdunarodnye otnosheniya* 15 (2): 174–196. DOI: https://doi.org/10.21638/spbu06.2022.204 (In Russian)

Wimmer R. D., Dominick, J. R. (1997) *Mass Media Research: An Introduction*. Boston: Wadsworth Publishing.

Zelenev E. I., Soloshcheva M.A. (2021) 20 let politiki KNR v Afrike: iz proshlogo v budushchee [20 Years of China's Policies in Africa: from the Past Towards the Future]. *Aziya i Afrika segodnya* 2: 4–14. DOI: 10.31857/S032150750013956-3 (In Russian)

Zhang Y. (2018) Shuzi gonggong waijiao yu zhongguo guoji chuanbo – yi minying meiti qiye wei li [China's Digital Public Diplomacy and International Communication – on the Example of Private Media Enterprises]. *Duiwai chuanbo* 10: 54–57. (In Chinese)

Поступила в редакцию
12.02.2023