

<https://doi.org/10.37892/2713-2951-2026-01-11>

ПОДХОДЫ РОССИЙСКИХ СМИ К КОНСТРУИРОВАНИЮ ОБРАЗА ХАЙНАНЬСКОГО ПОРТА СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ: ДИСКУРСИВНЫЙ АНАЛИЗ (2018–2025)

УДК 81-119

Айширинь Жумабай 
Хайнаньский университет
Хайкоу, Китай

Цзэн Цзяфу 
Хайнаньский университет
Хайкоу, Китай

Примечание

Исследование выполнено при финансовой поддержке Государственного фонда социальных наук Китая в рамках проекта 2023 года «Исследование конструирования образа порта свободной торговли с китайской спецификой в многоязычных СМИ стран "Одного пояса, одного пути"» (проект № 23BXW058) и Научно-исследовательского проекта в области высшего образования провинции Хайнань (Hnky2023-1).

Аннотация

В условиях углубляющегося российско-китайского стратегического партнёрства медийная репрезентация Хайнаньского порта свободной торговли (ПСТ) становится ключевым фактором формирования его международного имиджа. В настоящем исследовании представлен системный сравнительный анализ дискурса двух ведущих государственных информагентств России — ТАСС и РИА Новости — на основе корпуса публикаций за 2018–2025 гг. С опорой на дискурсивно-исторический подход (ДИА) и тематическое моделирование (LDA) в работе выявляются два полярных режима конструирования образа, обусловленных различиями в институциональной природе и редакционных приоритетах агентств. Установлено, что ТАСС, действуя как официальный государственный ретранслятор и опираясь на партнерские соглашения, реализует логику «самоконструирования», транслируя внутренний стратегический нарратив Китая об инновационном развитии региона. В противовес этому, РИА Новости, функционируя в рамках медиахолдинга «Россия сегодня», применяет стратегию «конструирования другими», адаптируя образ Хайнаня под прагматические запросы российской аудитории и редуцируя его до уровня туристической дестинации. Исследование доказывает, что дивергенция медиаобразов предопределяется институциональной идентичностью агентств: политико-экономическим фокусом ТАСС против социально-потребительского фокуса РИА Новости. Результаты работы вносят вклад в теорию трансграничной коммуникации и содержат практические рекомендации по совершенствованию стратегии продвижения региональных проектов КНР в условиях дифференцированных медиалогик.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Хайнаньский порт свободной торговли, медийный дискурс, ТАСС, РИА Новости, международная коммуникация, критический дискурс-анализ

Статья опубликована на условиях Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0).

© Айширинь Жумабай, Цзэн Цзяфу, 2026

<https://doi.org/10.37892/2713-2951-2026-01-11>

RUSSIAN MEDIA IN CONSTRUCTING THE IMAGE OF THE HAINAN FREE TRADE PORT: A DISCOURSE STUDY (2018–2025)

UDC 81-119

Ayixiren Jumabayi 

Hainan University
Haikou, China

Zeng Jiafu 

Hainan University
Haikou, China

Acknowledgements

The reported study was funded 2023 Project of the National Social Science Fund of China: "Research on the Image Construction of the Free Trade Port with Chinese Characteristics in Multilingual Media of Countries along the Belt and Road" (Project No. 23BXW058) and Hainan Provincial Higher Education Scientific Research Project (Hnky2023-1).

Abstract

Within the context of the deepening comprehensive strategic partnership between Russia and China, the media representation of the Hainan Free Trade Port (FTP) has emerged as a crucial factor in shaping its international image. This study provides a systematic comparative analysis of the discursive strategies employed by Russia's two leading state news agencies – TASS and RIA Novosti – based on a comprehensive corpus of publications spanning from 2018 to 2025. Utilizing the Discourse-Historical Approach (DHA) and LDA topic modeling, the research identifies two distinct modes of image construction driven by divergent institutional logics, editorial priorities, and audience orientations. The findings reveal that TASS, functioning as an official government agency and operating through formal cooperation agreements, acts as a strategic relayer. It promotes a logic of "self-construction," whereby the media adopts and disseminates China's internal official narrative, emphasizing institutional reforms, the innovative economy, and high-level intergovernmental cooperation. Conversely, RIA Novosti, as part of the "Rossiya Segodnya" media holding, adopts a strategy of "construction by others." This approach reconfigures Hainan into a "market-oriented" destination, focusing on consumption, tourism, and practical utility tailored to the pragmatic interests of the Russian domestic audience. The study demonstrates that these discursive discrepancies are not merely products of external agreements but are fundamentally rooted in the agencies' internal institutional identities – specifically, the macro-political focus of TASS versus the socio-consumer orientation of RIA Novosti. The results contribute to the theory of cross-border communication by uncovering the mechanisms of external regional image formation and offer actionable insights for optimizing the international communication strategies of Chinese regional projects across diverse media landscapes.

KEYWORDS: Hainan Free Trade Port, media discourse, TASS, RIA Novosti, international communication, Critical Discourse Analysis

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0).

© Ayixiren Jumabayi, Zeng Jiafu, 2026

1 | Введение

Создание Хайнаньского порта свободной торговли (ПСТ), официально запущенное в 2018 году, стало одним из наиболее значимых проектов современной китайской стратегии открытости. ПСТ призван выполнять роль экспериментальной зоны для новых режимов либерализации торговли, инвестиций и административного регулирования, а также служить демонстрационной платформой китайской модели модернизации. В контексте международной коммуникации Китая Хайнань приобретает статус символического «окна», демонстрирующего гибкость, инновационность и ориентированность страны на глобальные рынки. Учитывая, что российско-китайские отношения в последние годы развиваются в формате всеобъемлющего стратегического партнерства, медийное представление Хайнаня в России становится важным индикатором механизмов репрезентации региональных проектов КНР в дружественном внешнем информационном контексте.

Предварительный анализ показал, что, несмотря на политическую близость стран и государственный статус медиахолдингов, ведущие российские агентства — ТАСС и РИА Новости — демонстрируют существенно различающиеся подходы к освещению Хайнаня. Эти различия проявляются как в объеме и тематической структуре сообщений, так и в языковых стратегиях описания региона. В связи с этим возникает фундаментальный исследовательский вопрос: почему внутри одного государственного медиасектора формируются контрастные образы Хайнаня и какие именно дискурсивные механизмы лежат в основе этого расхождения?

Для ответа на этот вопрос в данной работе применяется междисциплинарный подход, сочетающий методы тематического моделирования (LDA), корпусной лингвистики и дискурсивно-исторического анализа (ДИА) публикаций за период 2018–2025 гг. В рамках исследования ставятся следующие задачи:

во-первых, выявить и сопоставить тематические повестки (agendas) ТАСС и РИА Новости;

во-вторых, проанализировать микростратегии, используемые для конструирования образов региона;

в-третьих, объяснить выявленные различия через призму взаимодействия внешних межгосударственных соглашений и внутренних институционально-редакционных логик медиа.

В конечном итоге исследование предлагает создание модели системного анализа причин дифференциации медиаобразов, что имеет значение как для теории медиакommunikаций, так и для практики публичной дипломатии.

1 | Литературный обзор

Изучение медийного конструирования международного образа территорий имеет междисциплинарный характер и опирается на несколько фундаментальных теоретических направлений.

1.1. Медийное конструирование национального и регионального образа

Ключевым исходным пунктом является концепция образа К. Боулдинга, согласно которой представления о странах и регионах формируются как культурно опосредованные когнитивные структуры, а не как прямые отражения действительности (Boulding, 1956). В развитии этой идеи сыграла роль теория репрезентации С. Холла, согласно которой медиа не только передают информацию, но и конструируют смыслы посредством языковых и знаковых практик (Hall, 1997).

Дальнейшее объяснение механизмов такого конструирования дают две влиятельные теории: McCombs & Shaw (1972) показали, что медиа определяют не только «о чём думать» (salience), но и «как думать» (attribute agenda). Этот переход от простого привлечения внимания к формированию отношения аудитории осуществляется посредством фреймирования. Как утверждает Р. Энтман (Entman, 1993), фрейм — это отбор и актуализация аспектов реальности, задающие интерпретацию событий. Таким образом, медиа создают рамки восприятия, влияя на политическое и экономическое позиционирование регионов.

За последние годы в Китае формируется корпус работ, посвящённых внешней коммуникации и «рассказу о Китае». Особое внимание уделяется региональным проектам как «локальным носителям» государственной стратегии открытости. Применительно к международным отношениям, эти концепции объясняют, как формируются образы стран и регионов. Китайские исследователи, такие как Чжан Кунь (2018), подчеркивают, что в эпоху глобализации ключевым фактором в создании образа региона является инновация нарративных стратегий для повышения международного признания. Ши Аньбинь и Ван Мо (2024) утверждают, что конструирование регионального образа должно создавать «макро-микро резонанс» с национальной стратегией. В этом контексте Хайнаньский ПСТ приобретает двойное значение: он является не только объектом регионального развития, но и витриной китайской модели открытости.

Анализ существующей литературы выявляет несколько ключевых тенденций и лакун в изучении международного образа Хайнаньского ПСТ. Во-первых, исследования географически смещены в сторону стран АСЕАН, как показывают работы Мяо Бо и др. (2025), тогда как медиапространство России, ключевого стратегического партнёра КНР, остаётся

практически неизученным. Во-вторых, значительная часть работ носит не эмпирический, а нормативный характер, фокусируясь на разработке идеальных моделей позиционирования, что отражено в исследованиях Ван Чуянь и др. (2025) и Тан Юэчэнь (2025). Существующие же эмпирические работы, например, Ли Ицзяо (2024), зачастую указывают лишь на общие проблемы коммуникации, такие как языковые барьеры, но не содержат углублённого анализа самого медиадискурса.

Однако большинство работ фокусируется на западных медиа, национальном имидже Китая в целом либо на анализе политических нарративов. Региональные проекты, такие как Хайнаньский ПСТ, рассматриваются крайне редко, тогда как их символическое значение для внешнего позиционирования страны растёт. Кроме того, китайские региональные проекты часто становятся «тестовой площадкой» внешней коммуникации, но исследования того, как они отражаются в медиадискурсах дружественных стран, единичны.

1.2. Критическая парадигма анализа медиадискурса

Критический дискурс-анализ (CDA), сформированный в работах Н. Фэрклоу (Fairclough, 1995), Т. ван Дейка (van Dijk, 1998; 2006) и Р. Водак (Wodak, 2001), позволяет рассмотреть медийный текст как форму социальной практики, в которой отражаются власть, идеология и институциональные интересы. CDA применим к государственным медиа потому, что позволяет выявить институциональные механизмы влияния на текст. Это подход раскрывает идеологические установки через выбор языковых средств, выявляет способы легитимации политико-экономических проектов.

DHA (Wodak, 2001) особенно подходит для анализа ТАСС и РИА Новости, поскольку позволяет соотнести дискурс с политико-историческим контекстом, а также выявить стратегии номинации, предикации, аргументации, объясняя различия медиадискурса через институциональные логики. Именно DHA позволяет объяснить, почему два государственных агентства, имеющих схожий статус, конструируют принципиально разные образы одного региона.

Корпусные методы применяются для объективного выявления языковых паттернов: ключевые слова и коллокации, распределение предикатов, частотность номинаций (Baker, 2006). Они позволяют количественно подтвердить качественные выводы CDA. Именно такой подход применён в настоящем исследовании, что позволяет соединить макроуровневую динамику тем и микроуровневые языковые стратегии.

2 | Материалы и методы исследования

Для систематического изучения дифференцированного конструирования образа Хайнаньского порта свободной торговли (ПСТ) в российских СМИ в настоящем исследовании применяется интегративный трёхступенчатый подход: (1) макротематический анализ с помощью моделирования тем LDA, (2) мезоуровневый анализ языковых характеристик с помощью корпусной лингвистики и (3) микроанализ дискурсивных стратегий на основе дискурсивно-исторического подхода (ДИА). Данная методология основан на принципе триангуляции, который предполагает сочетание количественных и качественных методов для повышения валидности и глубины выводов, а также минимизации исследовательской предвзятости через перекрёстную проверку результатов.

2.1. Сбор данных и формирование корпуса медиатекстов

2.1.1. Источники данных

В основу аналитического корпуса вошли тексты двух ведущих российских государственных информационных агентств, выбор которых обусловлен их различной институциональной природой и редакционной политикой.

ТАСС (официальный сайт: <https://tass.ru>) — старейшее центральное государственное информационное агентство, исторически ориентированное на трансляцию официальной макрополитической и экономической повестки. Наличие долгосрочного соглашения о медийном сотрудничестве с правительством провинции Хайнань позволяет ТАСС выступать в роли авторитетного ретранслятора китайских официальных нарративов. Это делает его дискурс репрезентативным примером стратегии «самоконструирования», то есть формирования образа региона с внутренней позиции самого Хайнаня и его стратегических задач.

РИА Новости (официальный сайт: <https://ria.ru>) — государственное агентство, входящее в состав Международной медиагруппы «Россия сегодня» (наряду с агентством Sputnik). Редакционная стратегия данной структуры сфокусирована преимущественно на внутренней массовой аудитории, оперативном отклике на конкретные события и освещении социально-бытовых и потребительских тем. Такая прагматичная, рыночно-ориентированная логика определяет стратегию РИА Новости, которую следует охарактеризовать как типичный пример «конструирования другими», то есть формирования образа региона исключительно с внешней позиции — сквозь призму утилитарных интересов российской аудитории.

Выбор именно этих двух источников позволяет изучить и наглядно представить важный феномен: как две принципиально разные медиалогики (стратегическо-партнёрская и

социально-рыночная) параллельно функционируют и конструируют контрастные образы одного и того же объекта внутри единой государственной медиасистемы РФ.

2.1.2. Временной диапазон и сбор данных

Корпус исследованных сообщений (текстов в российских СМИ) охватывает период с 1 января 2018 г. по 31 декабря 2025 г. — время становления и институционализации Порта свободной торговли Хайнань.

Сбор данных осуществлялся посредством веб-скрейпинга с использованием Scrapy (Python 3.12) с обязательным соблюдением этических норм (ограничение частоты запросов, отсутствие вмешательства в структуру сайтов).

2.2. Методологическая структура исследования

Исследование проводилось по принципу «от макроуровня к микроуровню», что соответствует логике социолингвистического и дискурсивного анализа.

Этап 1. Макроанализ: тематическое моделирование (LDA)

Цель первого этапа — выявить основные темы, представленные в дискурсах ТАСС и РИА Новости.

2.2.1. Техническая реализация

Тематическое моделирование проводилось с использованием библиотеки gensim (v4.3); предобработки: токенизация, лемматизация, удаление стоп-слов (NLTK); оптимизации количества тем на основе:

- Coherence Score (>0.50),
- Perplexity (<-8.0).

2.2.2. Цель анализа

LDA позволяет определить иерархию тематических блоков, динамику тематических изменений, различия медиалогик двух агентств. Метод хорошо зарекомендовал себя в анализе больших новостных корпусов (Huang et al., 2020).

Этап 2. Мезоанализ: корпусная лексическая и грамматическая диагностика

Цель второго этапа — выявить системные различия в номинативных и предикативных практиках, используемых СМИ.

2.3.1. Инструментарий

Анализ проводился в Sketch Engine — для выявления ключевых слов, коллокаций, статистических аномалий; Python + spaCy — для автоматического извлечения словосочетаний и глагольных конструкций.

Используемые метрики: TF-IDF (>5.0) — ключевые слова; MI-score (>3.0) — значимые коллокации; χ^2 -тест ($p < 0.05$) — проверка значимости различий распределения номинаций и предикаций.

2.3.2. Обоснование

Корпусный анализ обеспечивает количественную объективность, позволяет выявить скрытые лексико-грамматические паттерны, служит эмпирической опорой для качественного CDA.

Этап 3. Микроанализ: дискурсивно-исторический подход (ДНА)

На заключительном этапе проводится качественный анализ дискурсивных стратегий в соответствии с ДНА (Wodak, 2001).

2.4.1. Аналитический фокус

Анализируются стратегии: номинации (какие лексические единицы используются для обозначения Хайнана); предикации (какие действия, свойства и роли приписываются региону); аргументации (какие топосы лежат в основании медиальных выводов); перспективации (чья перспектива доминирует в тексте); интенсификации и митигации (как происходит управление фокусом внимания аудитории).

2.4.2. Преимущество ДНА

ДНА позволяет раскрыть, как институциональные интересы влияют на выбор языковых средств, почему ТАСС и РИА Новости по-разному конструируют образ одного и того же региона, как микролингвистические практики отражают макрополитический контекст.

2.4.3. Интеграция методов и логика объяснения

Три этапа анализа образуют единую систему: LDA показывает, что составляет медийную повестку; корпусная лингвистика показывает, каким языком эта повестка описывается; ДНА объясняет, почему так устроен дискурс и какие институциональные логики стоят за медиальными различиями.

Такая трёхуровневая структура обеспечивает высокую валидность и репрезентативность исследования и позволяет достоверно описать различия между «самоконструированием» (ТАСС) и «конструированием другими» (РИА Новости).

3 | Макроанализ дискурсивных повесток

3.1. Макроконтекст: распределение медийного внимания и влияние исторических факторов

Для оценки места Хайнаня в российском информационном пространстве был проведён сравнительный анализ объёмов публикаций в пяти ведущих СМИ. Как видно на Рис. 1, структура внимания имеет чётко выраженную иерархию типа «один доминирующий источник — несколько периферийных».

ТАСС является абсолютным лидером (≈ 1415 публикаций), многократно опережая РИА Новости (≈ 432) и прочие издания по количеству упоминаний ПСТ. Тем самым ТАСС оказывается основным центром производства знаний о Хайнане в российском медиапространстве.

Анализ динамики публикаций (Рис. 1) выявляет фундаментальное расхождение между агентствами, отражающее две различные медиалогики.

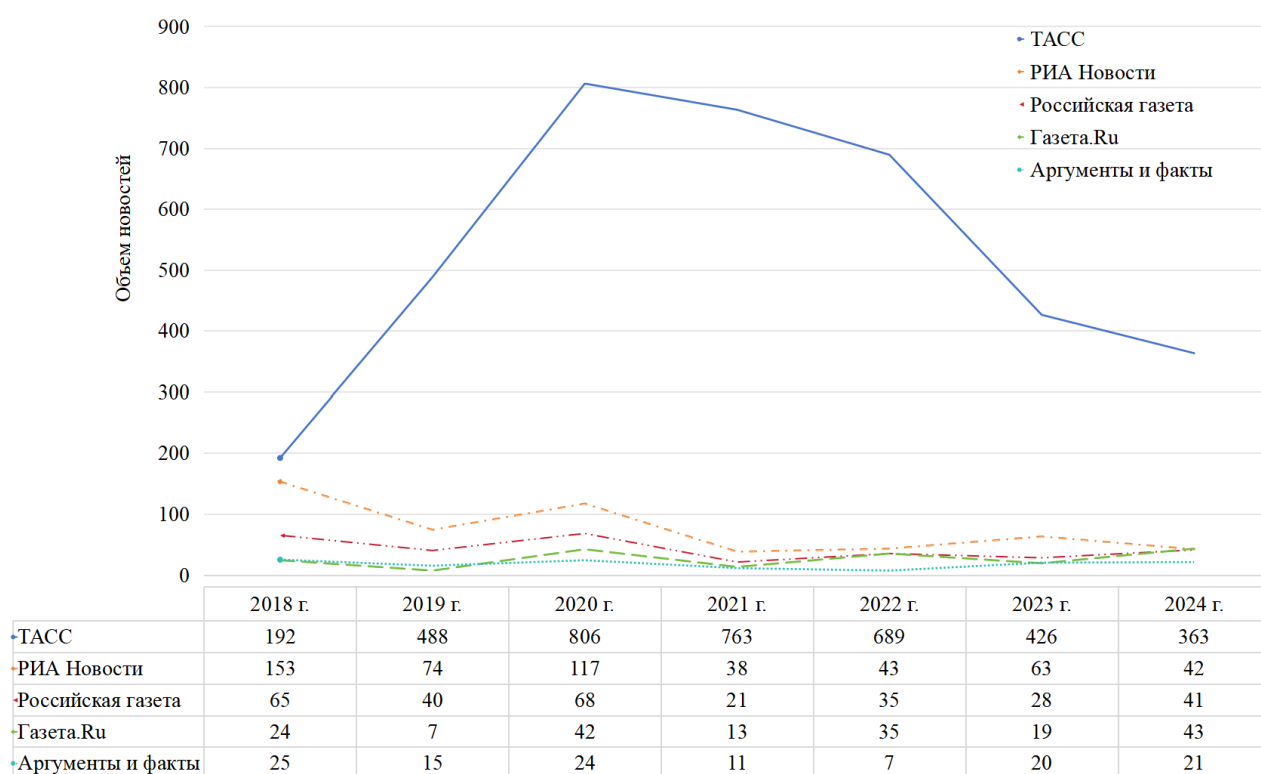


Рис. 1. Сравнение объёмов новостей о Хайнане в избранных российских СМИ (2018-2024 гг.)

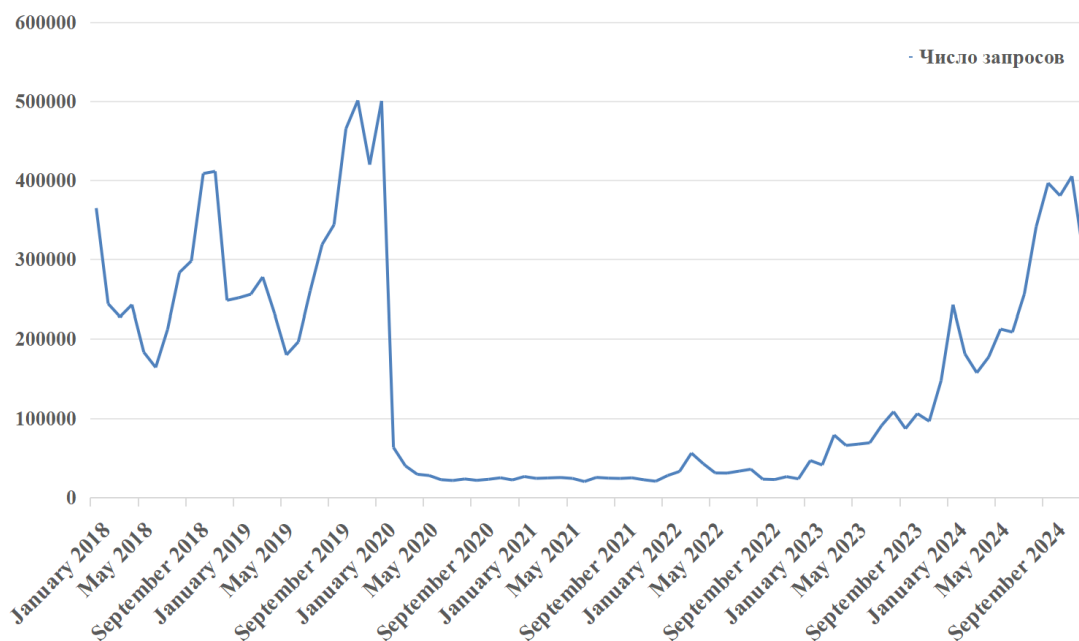


Рис. 2. Динамика числа запросов «Хайнань» в поисковой системе Yandex в России (2018–2024 гг.)

Источник данных: Яндекс. Вордстат (регион поиска ограничен Россией; данные на ноябрь 2025 г., с корреляцией $r=0.85$ к тенденциям СМИ).

(1) Рыночная логика (РИА Новости и ряд других СМИ)

Для РИА Новости и большинства коммерчески ориентированных СМИ характерна высокая корреляция между объёмом новостей о Хайнане и волатильностью туристического спроса.

Пики публикаций приходятся на следующие периоды:

2019–2020 гг. — рост выездного туризма;

2020–2021 гг. — резкое падение в период COVID-19;

с 2023 года — восстановление интереса к зарубежным поездкам.

Эта траектория практически совпадает с данными поисковых запросов «Хайнань» в Yandex (Рис. 2). Коэффициент корреляции $r \approx 0.85$ подтверждает, что для этих СМИ тема Хайнаня является производной от рыночного интереса, что соответствует модели «конструирования другими»: медиаповестка следует за поведением аудитории.

(2) Партнёрская логика (ТАСС)

В отличие от рыночной динамики, ТАСС демонстрирует устойчивую антициклическую траекторию: число публикаций не сокращается даже в период пандемии 2020–2022 гг., наоборот, их объём остаётся высоким и стабильным.

С точки зрения ДНА, этот феномен напрямую связан с историческим и

институциональным контекстом: в 2018 и 2019 гг. правительство Хайнаня и ТАСС подписали два соглашения о стратегическом сотрудничестве, а 6 июня 2019 г. на сайте ТАСС был запущен специальный раздел «魅力海南·开放之岛» («Очаровательный Хайнань — открытый остров»)⁷².

Эти соглашения обеспечили агентству привилегированный доступ к официальной информации и стабильный поток институциональных новостей, независимый от циклов туристического спроса.

Таким образом, ТАСС реализует партнёрскую медиалогическую модель, которая соответствует режиму «самоконструирования», когда образ региона формируется не как реакция на внешние события, а как часть системного институционального нарратива.

3.2. Моделирование тем LDA: сравнительная структура дискурсивных полей

Для выявления тематической архитектуры дискурса применялось тематическое моделирование LDA. Модели для каждого подкорпуса были оптимизированы по метрикам когерентности (>0.5) и перплексии (< -8.0). Анализ корпуса ТАСС ($N=1415$) выявил 11 основных тем (Таблица 1), которые формируют широкое и системное дискурсивное поле.

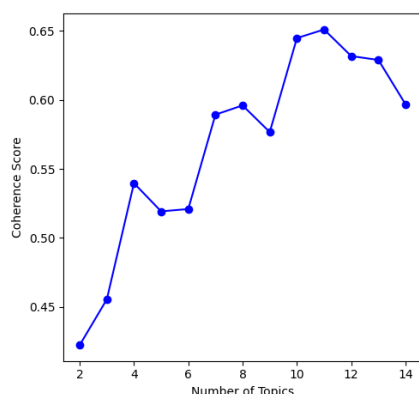


Рис. 3. Оценка согласованности тем (ТАСС)

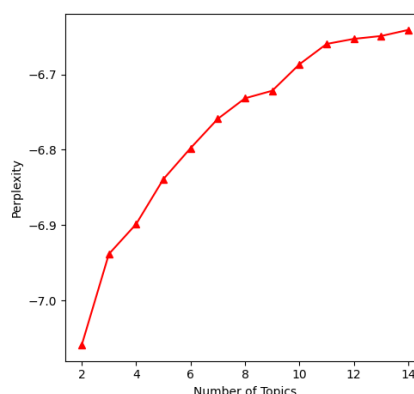


Рис. 4. Оценка перплексии тем (ТАСС)

⁷² Jin, C.B. (2019) *TASS sheguan Hainan zhuan yun xing liang hao: Mei tian xiang 200 wan guoji yong hu tuiguang "Hainan tekan"* [TASS's official Hainan section runs well: Promotes "Hainan Special" to 2 million international users daily]. Hainan Daily. 15 November 2019.

Available at: <https://www.hainan.gov.cn/hainan/jdsj/201911/bb5e7d94b91d4795bc79b4b33ae12a56.shtml> (Accessed: 01 September 2025). (In Chinese).

3.2.1. Тематическое поле ТАСС: многомерное «самоконструирование»

Анализ корпуса ТАСС (N=1415) выявил 11 устойчивых тематических кластеров (Таблица 1), охватывающих экологию, авиацию, инфраструктуру, Порт свободной торговли, инвестиции, международное сотрудничество, космос и туризм.

Это поле характеризуется широтой (разнообразие тематических блоков); структурностью (повторяемость кластеров в течение нескольких лет); стратегической ориентированностью (преобладание тем развития, модернизации и международных проектов). Важной особенностью данного дискурса является трёхэтапное становление институциональной повестки. Динамика тем (Рис. 5–6) отражает последовательное формирование стратегического нарратива.

Таблица 1. Ключевые темы в дискурсе ТАСС о Хайнане

№	Название темы	Ключевые слова
1	Охрана окружающей среды и экология сельского хозяйства.	тропический, Санья, морской, море, хозяйство, местный, сельский, защита, площадь, территория, вода, лес, животное, км, создать, работа, акватория, Тайвань, хайнаньский, учёный
2	Авиационные споры и открытие новых маршрутов.	рейс, турист, авиакомпания, река, туроператор, жемчужный, Хайкоу, аэропорт, ИрАэро, компания, самолёт, пассажир, Санья, тур, полёт, маршрут, клиент, Хабаровск, билет
3	Строительство транспортной инфраструктуры и новых энергетических транспортных средств.	аэропорт, автомобиль, Хайкоу, энергия, воздушный, транспортный, первый, Мэйлань, Санья, число, строительство, альтернативный, гавань, инфраструктура, станция, пассажир, средство, феникс, транспорт, план
4	Строительство портов свободной торговли и промышленное развитие.	развитие, компания, Санья, порт, проект, ключевой, администрация, экономический, зона, сфера, хайнаньский, местный, инновационный, создать, предприятие, торговля, крупный, передовой, формирование
5	Инвестиции и экономическое развитие.	свободный, торговля, порт, зона, инвестиция, создание, иностранный, программа, развитие, проект, система, капитал, предприятие, торговый, строительство, компания, сфера, услуга, план, экономический
6	Международное сотрудничество и форум в Боао.	сотрудничество, форум, развитие, экономический, мероприятие, мир, участие, конференция, состояться, организация, глобальный, взаимодействие, Азия, азиатский, участник, Боао, Пекин, отношение, соглашение, восточный
7	Выставка Consumer Expo, беспощинные покупки и потребление.	товар, выставка, торговля, объём, Хайкоу, потребительский, беспощинный, магазин, компания, продажа, первый, продукция, вырасти, рост, бренд, торговый, показатель, годовой, участие, увеличиться
8	Культурные, развлекательные и спортивные мероприятия.	кинофестиваль, фильм, Санья, участие, мир, конкурс, состояться, хайнаньский, режиссёр, яхта, игра, соревнование, мероприятие, организатор, фестиваль, кино, яхтенный, награда, пляжный, спорт
9	Авиация и космонавтика.	космический, запуск, станция, Вэньчан, ракета, космодром, орбита, модуль, магазин, Луна, аппарат, носитель, запустить, Земля, программа, корабль, Чанъэ, лунный, спутник, проект
10	Туризм и отдых.	Санья, туризм, туристический, турист, местный, культура, отдых, мероприятие, посетить, курорт, культурный, гость, Хайкоу, праздник, развитие, тропический, курортный, потребление, пляж, км

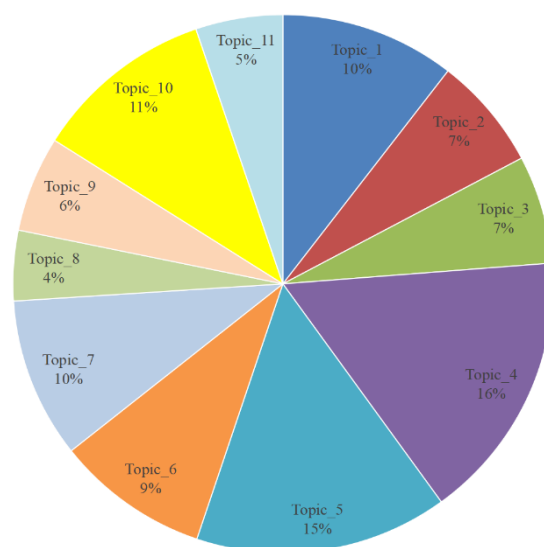


Рис. 5. Интенсивность тем (ТАСС)

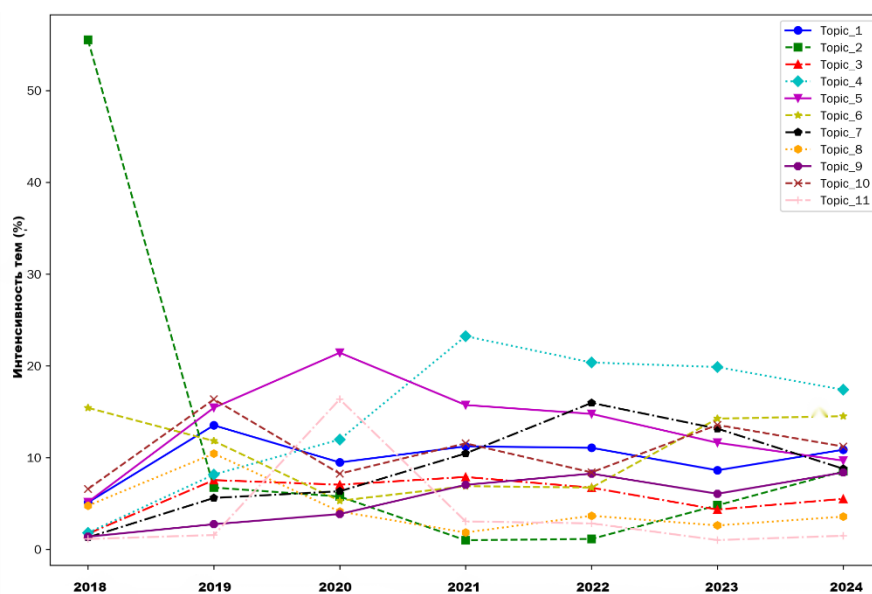


Рис. 6. График изменений интенсивности тем по годам (ТАСС)

Этап I (2018–2019): переход

Преобладают темы внешних событий («авиационные споры»), туризма и инфраструктуры. После подписания соглашения 2019 г. начинается расширение тематического поля.

Этап II (2020–2022): формирование тематического ядра

После опубликования «Общей схемы ПСТ» усиливаются следующие темы: Порт свободной торговли (Тема 4), инвестиции (Тема 5), международное сотрудничество (Тема 6). Создаётся институциональное ядро стратегического дискурса.

Этап III (2023–2024): диверсификация

Повестка становится сбалансированной: экономика + экология, космос + потребление, туризм + высокие технологии. Формируется многомерный образ Хайнаня как стратегического региона.

3.2.2. Тематическое поле РИА Новости: событийное «конструирование другими»

В корпусе РИА Новости (N=432) выявлено лишь 6 тем, что указывает на значительно более узкое и рыночно-функциональное дискурсивное поле (Таблица 2).

Тематика ограничена международными событиями, туристическими инцидентами, транспортом, пандемией COVID-19, безвизовым режимом, ценами и курортами.

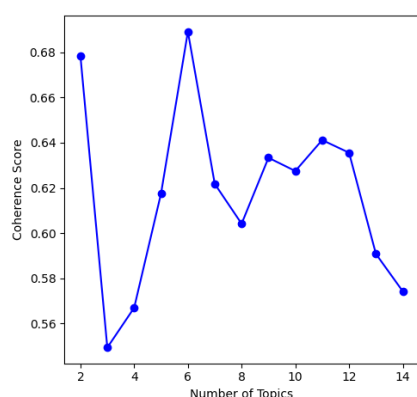


Рис. 7. Оценка согласованности тем (РИА Новости)

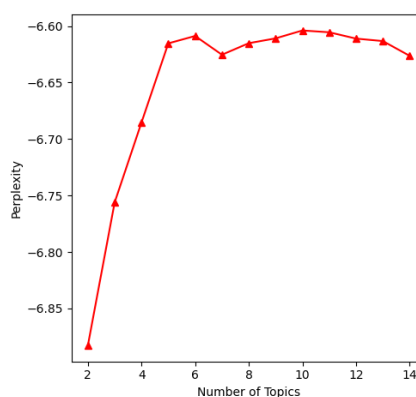


Рис. 8. Оценка перплексии тем (РИА Новости)

Таблица 2. Ключевые темы в дискурсе РИА Новости о Хайнане

№	Название темы	Ключевые слова
1	Международные отношения и сотрудничество	США, мир, форум, экономический, развитие, международный, южный, азиатский, тайфун, американский, военный, Боао, сотрудничество, море, компания, власть, первый, Азия, местный, Пекин
2	Авиационно-космические миссии	космический, Марс, миссия, ракета, аппарат, орбита, Земля, станция, Луна, зонд, модуль, исследование, Чанъэ, первый, носитель, планета, запуск, Чанчжэн, поверхность, космодром
3	Инциденты, связанные с транспортными спорами в сфере туризма	турист, туроператор, авиакомпания, рейс, река, жемчужный, аэропорт, самолёт, ИрАэро, Санья, пассажир, компания, полёт, Хайкоу, Ростуризм, Хабаровск, программа, приостановить, Казань, ситуация
4	COVID-19	коронавирус, вспышка, власть, заражение, здравоохранение, Ухань, пневмония, число, неизвестный, скончаться, организация, инфекция, заболевание, Хубэй, коронавирусный, материковый, установить, возбудитель, ситуация, происхождение
5	Туристические продукты	тур, отель, направление, турист, отдых, двое, рейс, Таиланд, цена, пляжный, перелёт, стоимость, спрос, курорт, вылет, Турция, пляж, туроператор, ОАЭ
6	Извозная политика и продвижение туризма	виза, турист, безвизовый, туристический, туризм, въезд, группа, групповой, гражданин, поездка, первый, тур, срок, режим, конкурс, граница, соглашение, обмен, мисс, мир

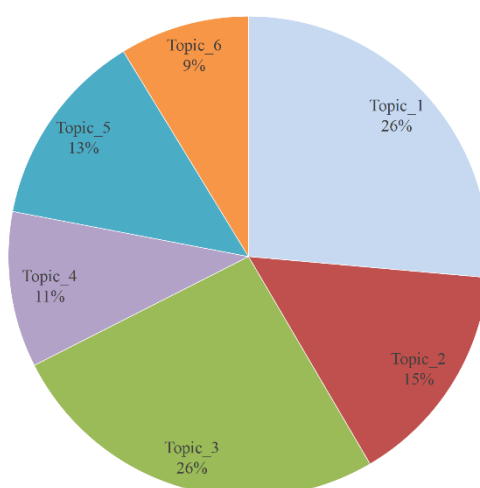


Рис. 9. Интенсивность тем (РИА Новости)

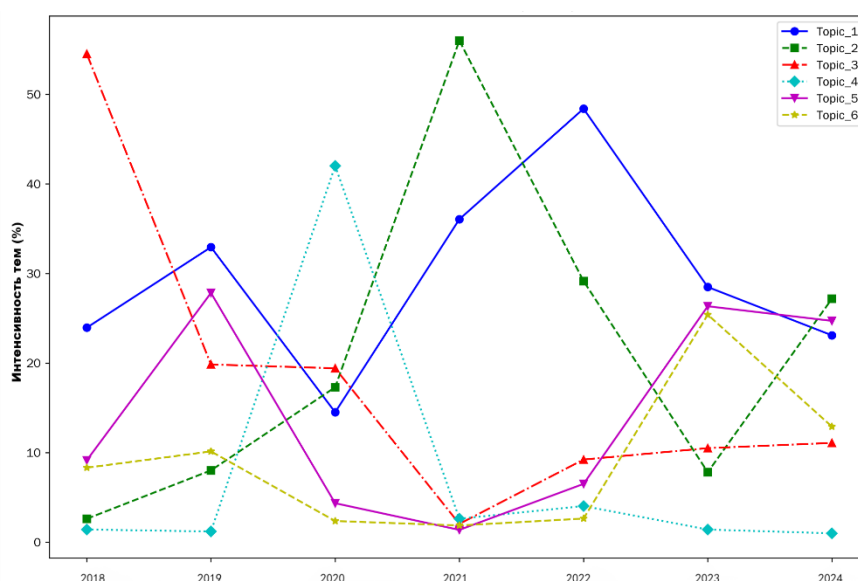


Рис. 10. График изменений интенсивности тем по годам (РИА Новости)

Динамика тем (Рис. 9–10) демонстрирует:

(1) «Пульсирующие пики»

Каждый всплеск связан с конкретным событием: 2018 — скандал с «ИрАэро» (туристические задержки и отмены)⁷³; 2020 — пандемия⁷⁴; 2021 — посадка марсохода «Чжужун»⁷⁵; 2023–2024 — восстановление турпотока⁷⁶. Это классическая модель реактивного освещения, характерная для рыночной медиалогии.

(2) «V-образное» восстановление туристических тем

Темы «курорты», «туры», «безвиз» исчезают почти полностью в 2020–2021 гг., а затем резко возобновляются с открытием границ. Это подтверждает, что медиаповестка РИА Новости следует за поведением аудитории, а не задаёт направления.

Таким образом, LDA-моделирование показывает: ТАСС выстраивает широкую

⁷³ RIA Novosti. (2018) *Okolo polutory tysyachi rossiyskikh turistov ne mogut vyletet s Hainanya* [About one and a half thousand Russian tourists cannot fly out of Hainan]. 9 December 2018. Available at: <https://ria.ru/20181209/1547681618.html> (Accessed: 7 August 2025). (In Russian).

⁷⁴ RIA Novosti (2020) *V gorode San'ya v Kitaye zakroyut vse turisticheskiye tochki iz-za virusa* [All tourist attractions in China's Sanya city to close due to virus], RIA Novosti, 25 January 2020. Available at: <https://ria.ru/20200125/1563861504.html> (Accessed: 7 August 2025). (In Russian).

⁷⁵ RIA Novosti (2021) *Kitayskiy apparat "Chzhuzhun" pristupil k issledovaniyam Marsa* [Chinese apparatus "Zhurong" begins Mars exploration], RIA Novosti, 22 May 2021. Available at: <https://ria.ru/20210522/mars-1733424795.html> (Accessed: 7 August 2025). (In Russian).

⁷⁶ RIA Novosti (2023) *Na ostrov Hainan otpravilsya pervyy posle pandemii reys iz Moskvy* [The first post-pandemic flight from Moscow to Hainan Island departs], RIA Novosti, 27 December.2023. Available at: <https://ria.ru/20231227/khaynan-1918417648.html> (Accessed: 7 August 2025). (In Russian).

стратегическую рамку — что такое Хайнань как часть проекта модернизации Китая; РИА Новости формирует узкое событийно-прагматичное поле — что Хайнань даёт российскому туристу или бизнесу.

Именно этот макроуровневый сдвиг — от стратегического актора к потребительской дестинации — задаёт основу всех последующих различий в микролингвистических стратегиях.

4 | Микропрактики конструирования образа: анализ дискурсивных стратегий

Переходя от макротематического анализа к микроуровню дискурсивных практик, необходимо чётко определить аналитическую оптику, сквозь которую будут интерпретироваться последующие примеры. В данном исследовании предлагается различать две фундаментальные стратегии конструирования имиджа. Для устранения терминологической неоднозначности необходимо зафиксировать, чья именно перспектива скрывается за префиксами «само-» и «другими»:

«Самоконструирование» (с позиции китайской стороны) означает конструирование образа региона с внутренней позиции самого Хайнаня. В этом случае российское медиа усваивает официальный китайский нарратив и транслирует его так, как регион сам желает быть представленным. Важно подчеркнуть: усвоение чужого голоса не означает, что агентство лишено собственной позиции. Напротив, выбор выступать в роли авторитетного ретранслятора является осознанной редакционной стратегией, продиктованной логикой межгосударственного партнёрства.

«Конструирование другими» (с позиции российского рынка) означает формирование образа исключительно с внешней, дистанцированной точки зрения. Медиа смотрит на Хайнань сквозь утилитарную призму интересов российского потребителя (туризм, цены, безопасность), игнорируя внутреннюю стратегическую логику развития самого региона.

4.1. Стратегии номинации: институциональное «самоконструирование» против рыночного «конструирования другими»

В рамках дискурсивно-исторического подхода (ДИА) стратегия номинации (Nomination), то есть выбор лексических единиц для обозначения акторов, объектов или процессов, является ключевым инструментом конструирования социальной реальности и идентичности. Как утверждают Водак (Wodak, 2001), номинативные акты никогда не бывают нейтральными, они отражают идеологические позиции и властные отношения. Сравнительный анализ практик номинации в дискурсе ТАСС и РИА Новости позволяет выявить фундаментальную

дихотомию, которая служит микролингвистическим основанием для двух различных режимов конструирования образа Хайнаня. Эта дихотомия напрямую проистекает из различий в институциональной логике и целеполагании самих агентств: ТАСС реализует стратегию «самоконструирования», ретранслируя официальный административно-стратегический нарратив региона, в то время как РИА Новости действует в логике «конструирования другими», адаптируя образ под прагматические ожидания своей аудитории и рыночные критерии новостного отбора.

Данные корпусного анализа (Таблица 3) предоставляют количественное подтверждение этой системной разницы. Номинативная практика ТАСС характеризуется комплексностью и институциональной насыщенностью. Агентство последовательно актуализирует административно-политический статус Хайнаня, систематически используя лексику «провинция» и её уточняющие дериваты (например, «островная провинция», «южнокитайская провинция»), суммарная частотность которых составляет 1450 употреблений. Параллельно ТАСС активно конструирует образ региона как многомерного и приоритетного для национального развития объекта, используя такие номинации, как «ведущий курорт» или «ключевой кластер» (471 употребление). В противоположность этому, номинативный репертуар РИА Новости в отношении Хайнаня является узким и функционально редуцированным. Агентство преимущественно оперирует базовыми географическими понятием («остров», 506) и ограниченным набором туристических атрибутов («курорт», «пляжное направление», всего 42 употребления), при этом практически маргинализируя его институционально-стратегическое измерение (простое «провинция» — 213).

Таблица 3. Сравнительный анализ частотности номинативных конструкций для обозначения Хайнаня

Категория	Агентство	Номинативные существительные и фразы	Частотность
Географические атрибуты	ТАСС	остров, китайский остров, курортный остров, туристический остров	3843
	РИА Новости	остров, курортный остров	506
Административное деление	ТАСС	провинция, островная провинция, китайская провинция, южная провинция, южнокитайская провинция	1450
	РИА Новости	провинция, китайская провинция	213
Туристические атрибуты	ТАСС	туристическое направление, популярное направление, первоклассный курорт, ведущий/южный китайский курорт, ключевой кластер	471
	РИА Новости	популярное (туристическое) направление, курорт, пляжное направление	42

Эта количественная дихотомия находит своё закономерное качественное воплощение в конкретных новостных контекстах. Институционально-насыщенная номинация ТАСС служит

строительным материалом для образа Хайнаня как субъекта государственной политики и стратегического развития. Такая практика является прямым следствием его роли официального ретранслятора, работающего в парадигме «самоконструирования». Функционально редуцированная номинация РИА Новости, напротив, последовательно формирует образ региона как объекта туристического и потребительского выбора, что соответствует её рыночно-ориентированной логике «конструирования другими». Таким образом, сам выбор номинативных средств становится индикатором и одновременно инструментом реализации двух различных медиалогик.

4.1.1. Институциональная номинация ТАСС: конструирование стратегического субъекта

Дискурс ТАСС служит ярким примером реализации стратегии «самоконструирования», которая институционально обусловлена его ролью официального правительственного информагентства. Эта роль предопределяет выбор номинативных практик, системно акцентирующих административный статус и стратегическое значение Хайнаня в рамках национальной политики КНР. Анализ выявляет три взаимосвязанные лингвистические практики, которые в совокупности формируют целостный образ региона-стратега.

Первой ключевой практикой является стратегическое якорение через термин «Порт свободной торговли». В дискурсе ТАСС этот термин функционирует не как абстрактный бренд, а как операциональное семантическое ядро, связывающее конкретные политические и экономические меры с общим курсом развития КНР. Эта практика отражает логику ТАСС как ретранслятора официальных нарративов, где каждая деталь должна подтверждать последовательность и предсказуемость государственной стратегии.

Пример: ТАСС в своем сообщении от 18 октября 2025 г. информирует об отмене пошлин и сроках перехода к новой системе таможенного регулирования, используя термин «Порт свободной торговли» как пример конкретных и предсказуемых шагов по реализации национальной стратегии.⁷⁷

Пример: В материале от 14 августа 2025 г. создание коммерческого космодрома напрямую увязывается с режимом ПСТ, что расширяет идентичность Хайнаня от курорта до «драйвера

⁷⁷ TASS (2025) *Global Times: Hainan' stanet tsentrom razvitiya kommercheskoy kosmonavtiki KNR* [Global Times: Hainan will become the center for the development of China's commercial space industry], TASS, 15 April 2025. Available at: <https://tass.ru/kosmos/23684261> (Accessed: 11 November 2025). (In Russian).

для высокотехнологичных отраслей».⁷⁸

Второй значимой практикой выступает административно-геополитическая фиксация. Последовательное использование официальной номинации «южнокитайская провинция Хайнань» является устойчивым институциональным маркером ТАСС. Эта синтаксическая конструкция выполняет двойную функцию: она демонстрирует административный статус острова в государственной системе КНР и одновременно позиционирует его как самостоятельного актора в региональной (южнокитайской) геополитике.

Пример: В новостях о российско-китайских связях⁷⁹ и технологических прорывах⁸⁰ данная номинация связывает локальные события (туризм, запуск спутников) с национальным курсом, конструируя образ Хайнаня как полноценного региона, реализующего государственную волю.

Третья практика заключается в расширении идентичности Хайнаня посредством позитивно-оценочной лексики. ТАСС активно использует такие эпитеты, как «ведущий» и «ключевой», экстраполируя их с традиционной туристической сферы на новые приоритетные отрасли в рамках ПСТ. Если в контексте туризма Хайнань предсказуемо позиционируется как «ведущий курорт»⁸¹, то в других сюжетах он дискурсивно трансформируется в «ключевую площадку» для выставок⁸², «ведущий центр» яхтенной индустрии⁸³ и «центр» развития коммерческой космонавтики⁸⁴. Эта лингвистическая стратегия создает синергетический

⁷⁸ TASS (2025) *Gorod San'ya na Hainane zanyal lideruyushchiye pozitsii v razvitii yakhtennoy industrii v KNR* [City of Sanya in Hainan takes leading position in development of yacht industry in China], TASS, 14 August 2025. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/24777621> (Accessed: 11 November 2025). (In Russian).

⁷⁹ TASS (2025) *Gorod San'ya zapustil kursy russkogo yazyka dlya rabotayushchikh s turistami* [City of Sanya launches Russian language courses for those working with tourists], TASS, 29 October 2025. Available at: <https://tass.ru/obschestvo/25487343> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

⁸⁰ TASS (2025) *"Hainan ribao": razvitiye Hainanskogo porta svobodnoy trgovli privlekeyet vnimaniye* ["Hainan Daily": Development of Hainan Free Trade Port attracts attention], TASS, 18 October 2025. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/25384995> (Accessed: 11 November 2025). (In Russian).

⁸¹ TASS (2025) *Hainan sozdast vsemirno uznayemyy brendn parchovoy produktsii maloy narodnosti li* [Hainan to create world-famous brand of brocade products of the Li ethnic minority], TASS, 16 March 2025. Available at: <https://tass.ru/nauka/23410975> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

⁸² TASS (2025) *Kitay osushchestvil uspehnyy demonstratsionnyy zapusk rakety CZ-8A so sputnikami* [China successfully conducts demonstration launch of CZ-8A rocket with satellites], TASS, 11 February 2025. Available at: <https://tass.ru/kosmos/23109233> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

⁸³ TASS (2025) *Kitay uspehno zapustil gruppu nizkoorbital'nykh sputnikov* [China successfully launches group of low-orbit satellites], TASS, 26 August 2025. Available at: <https://tass.ru/kosmos/24872241> (Accessed: 11 November 2025). (In Russian).

⁸⁴ TASS (2025) *Kitay zapustil k svoey orbital'noy stantsii kosmicheskoy gruzovik Tianzhou-9* [China launches Tianzhou-9 cargo spacecraft to its orbital station], TASS, 15 July 2025. Available at: <https://tass.ru/kosmos/24513387> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

эффект лидерства, формируя образ диверсифицированного и динамично развивающегося региона.

Таким образом, номинативная стратегия ТАСС представляет собой целенаправленное лингвистическое воплощение его институциональной логики. Через неразрывную связь практик стратегического якорения, административной фиксации и оценочного расширения агентство конструирует многомерный образ Хайнаня как стратегического субъекта, чьё развитие является прямым отражением государственной воли Китая. Этот образ находится в полном семантическом резонансе с официальным дискурсом, что и составляет глубинную суть «самоконструирования».

4.1.2. Рыночная номинация РИА Новости: конструирование образа объекта потребления

В противоположность институциональной логике ТАСС, РИА Новости реализует стратегию «конструирования другими», которая напрямую проистекает из рыночно-ориентированной редакционной политики агентства и его фокуса на практических интересах российской аудитории. На лингвистическом уровне это приводит к последовательной коммодификации Хайнаня — дискурсивному превращению сложного региона в утилитарный товар на конкурентном туристическом рынке. Данная стратегия опирается на две системные номинативные практики.

Первая практика — товарное позиционирование через рыночную лексику. РИА Новости целенаправленно помещает Хайнань в систему координат потребительского рынка, оперируя лексикой сравнения, конкуренции и выгоды. Иллюстрацией служит новость от 4 октября 2025 г., в которой Хайнань номинируется как «популярное пляжное направление» и напрямую сравнивается с Таиландом по критериям «цены и удобства»⁸⁵. Примечательно, что такие макрополитические элементы, как «безвизовый режим» или инициативы в сфере «шопинга», репрезентируются в тексте не как часть стратегической государственной программы КНР, а исключительно как «товарное преимущество» и «бонус», привлекательные для конечного потребителя. Подобная номинация лишает регион политической субъектности, сводя институциональные достижения к набору потребительских характеристик.

Вторая практика представляет собой метонимическое упрощение идентичности до

⁸⁵ RIA Novosti (2025) "*Aeroflot*": *spros na reysy mezhdu Rossiyey i Kitayem vyros v 1,5 raza* [Aeroflot: demand for flights between Russia and China increased by 1.5 times], RIA Novosti, 3 September 2025. Available at: <https://ria.ru/20250903/aeroflot-2039477739.html> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

туристического объекта. Сложная, многогранная идентичность Хайнаня в дискурсе РИА Новости систематически редуцируется до одного из его функциональных атрибутов — конкретного курорта или сервисной услуги. Например, в аналитическом материале от 15 октября 2025 г. рост туристического потока связывается не с провинцией Хайнань как целым, а локализуется вокруг «курортного города Санья»⁸⁶. Причины регионального успеха объясняются в тексте сугубо практическими удобствами («безвизовый режим»), тогда как потребности целевой аудитории чётко ограничиваются концептами «пляж» и «оздоровление». Это классический пример работы медиа в парадигме «товар под спрос», в рамках которой институциональная сложность объекта полностью приносится в жертву его функциональной понятности для читателя.

В результате дискурс РИА Новости осуществляет глубокую деинституционализацию образа Хайнаня. Его стратегическая и административная многомерность замещается плоским, функциональным образом «туристического товара». Этот образ сконструирован не изнутри (с опорой на собственную нарративную рамку региона), а исключительно извне — исходя из ожиданий, стереотипов и сиюминутных потребительских интересов российской аудитории. Именно эта объективация раскрывает сущность прагматического «конструирования другими», характерного для медиа, функционирующих в логике массового рынка.

4.2. Стратегии предикации: агентность «самоконструирования» против статичности «конструирования другими»

В рамках дискурсивно-исторического подхода стратегия предикации позволяет проанализировать, какие действия, состояния или свойства приписываются социальным акторам через глаголы-сказуемые и предикативные конструкции. Выбор конкретных лингвистических средств позволяет не только описать реальную ситуацию, но и сконструировать представления о ней, определяя, воспринимается ли актор как энергичный инициатор изменений или как пассивный объект внешних обстоятельств (Wodak, 2001). Сравнительный анализ материалов ТАСС и РИА Новости даёт возможность выявить системное различие в предикативных стратегиях, отражающее фундаментальное расхождение их институциональных логик. ТАСС, следуя логике «самоконструирования», выстраивает образ Хайнаня как грамматического и социального субъекта, наделенного волей и

⁸⁶ RIA Novosti (2025) *Bezvizovyy rezhim dlya rossiyan snizit stoimost' poyezdok v KNR, schitayut v RST* [Visa-free regime for Russians will reduce cost of trips to China, Russian Union of Travel Industry believes], RIA Novosti, 3 September 2025. Available at: <https://ria.ru/20250903/rezhim-2039302763.html> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

способностью преобразовывать экономический ландшафт. В противовес этому, РИА Новости в рамках парадигмы «конструирования другими» формирует образ Хайнаня-дестинации — статичного фона или товара, чья ценность редуцирована до функции обслуживания внешнего спроса.

4.2.1. Динамическая предикация в дискурсе ТАСС: конструирование образа Хайнаня как стратегического актора

Предикативная стратегия ТАСС является лингвистическим воплощением его роли официального хрониста стратегических процессов. Анализ выявляет устойчивую модель: в подавляющем большинстве контекстов Хайнань выступает как грамматический субъект, от которого исходят инициативы. Динамику этой стратегии и её усиление в связи с развитием ПСТ иллюстрирует Таблица 4, где зафиксирована эволюция ключевых глаголов-предикатов. Переход от статичных глаголов состояния к динамичным глаголам действия маркирует трансформацию образа региона в активного участника глобальных процессов.

Таблица 4. Топ-10 глаголов, наиболее часто употребляемых с «Хайнань» в текстах ТАСС (2018–2024 гг.)

год	сказуемые глаголы (частотность)
2018	вырасти (3), приглашать (3), находиться (5), располагать (2), пройти (2), являться (3), стать (2), манить (1), фиксировать (1), быть (3)
2019	превратиться (50), проходить (10), представить (7), стать (9), планировать (7), быть (12), являться (6), ожидать (5), создать (5), мочь (5)
2020	превратиться (29), быть (41), планировать (24), запустить (12), входить (11), направить (9), функционировать (8), создавать (9), начать (7), создать (7)
2021	принять (24), быть (41), планировать (27), создать (16), продолжать (13), стать (13), провести (9), организовать (9), запустить (7), занять (7)
2022	быть (32), принять (14), играть (13), провести (12), уделять (9), планировать (10), готовиться (7), запустить (7), стать (10), обладать (6)
2023	провести (15), запустить (8), являться (9), иметь (8), поддерживать (7), принять (6), стать (6), предоставить (4), обладать (4), создать (4)
2024	обеспечить (6), играть (5), провести (5), запустить (5), предлагать (4), быть (9), ускорить (4), планировать (5), являться (4), иметь (4)

Одной из ведущих в дискурсе агентства является стратегия институционального преобразования. Группы глаголов, такие как «превратиться», «ввести» и «создать», подчёркивают способность региона выступать субъектом глубоких структурных реформ.

Например, в утверждении о том, что «южная провинция Хайнань к 2025 году должна превратиться в крупный международный центр образования и инноваций»⁸⁷, использован глагол «превратиться» с целью построения чёткой телеологической траектории, репрезентирующей развитие региона как реализацию осознанного плана. Аналогично, когда сообщается, что «правительство страны намерено ввести на этом тропическом острове специальный таможенный режим»⁸⁸, предикат «ввести» приписывает региону компетенцию по установлению новых правил игры, конструируя образ регулятивного инноватора.

Параллельно с этим ТАСС реализует стратегию проектного и технологического запуска, акцентируя роль Хайнаня как платформы для масштабных инициатив. Глаголы «запустить», «развить» и «занять» репрезентируют регион как узел индустриального прорыва. Так, новость о том, что «Китай запустил к своей орбитальной станции космический грузовик Tianzhou-9»⁸⁹, в контексте материалов агентства неразрывно связывается с инфраструктурой Хайнаня, укрепляя его имидж технологической базы. Метафорическое использование глагола «развить» («развить скорость легко»)⁹⁰ органично вписывается в общую риторику ускорения, а стремление Хайнаня к тому, чтобы местная продукция «заняла прочное место в списке ЮНЕСКО»⁹¹, конструирует образ активной борьбы за международный статус.

Наконец, стратегия инфраструктурного обеспечения и ускорения закрепляет за регионом функцию гаранта глобальных потоков. Предикаты «обеспечить» и «ускорить» представляют Хайнань как ответственную часть глобальной архитектуры. Фраза о том, что «на Хайнане планируется обеспечить свободу торговли и инвестиций»⁹², формирует образ Хайнаня как

⁸⁷ TASS (2021) *Provintsiya Hainan k 2025 godu mozhет stat' krupnym mezhdunarodnym tsentrom obrazovaniya* [Hainan province could become a major international education center by 2025], TASS, 23 July 2021. Available at: <https://tass.ru/obschestvo/11970025> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

⁸⁸ TASS (2020) *Hainan uprostil administrativnyye protsedury dlya biznesa yeshche v shesti industrial'nykh parkakh* [Hainan simplifies administrative procedures for businesses in six more industrial parks], TASS, 6 August 2020. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/9138135> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

⁸⁹ TASS (2025) *Kompanii podpisali na Hainane 48 memorandumov i soglasheniy po yurisdiksi* [Companies sign 48 memorandums and agreements on jurisdiction in Hainan], TASS, 27 October 2025. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/25461555> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

⁹⁰ TASS (2021) *Vlasti Hainan zayavili, chto razvitiye svobodnogo porta ne predusmatrivayet kardinal'nykh mer* [Hainan authorities state that development of the free port does not involve radical measures], TASS, 17 April 2021. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/11176361> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

⁹¹ TASS (2025) *Kurorty goroda San'ya pomogayut turistam iz RF okunut'sya v zhizn' Hainanya* [Resorts of Sanya city help tourists from the Russian Federation immerse themselves in Hainan life], TASS, 13 July 2025. Available at: <https://tass.ru/obschestvo/24502707> (Accessed: 11 November 2025). (In Russian).

⁹² TASS (2020) *Provintsiya Hainan sozdast razvituyu transportnuyu sistemu k 2025 godu* [Hainan province to create advanced transport system by 2025], TASS, 5 October 2020. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/9629619> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

надёжного оператора международных механизмов, а цель правил, позволяющих «ускорить интернационализацию морских портов»⁹³, репрезентирует развитие как процесс, находящийся под полным административным контролем. Таким образом, через отбор глаголов, обозначающих волю и управление, ТАСС лингвистически воплощает образ Хайнаня как стратегического актора, чья агентность направлена на реализацию государственных задач.

4.2.2. Статичная предикация РИА Новости: конструирование образа Хайнаня-дестинации

Предикативная стратегия РИА Новости служит инструментом реализации рыночно-ориентированной логики «конструирования другими». В отличие от дискурса ТАСС, здесь Хайнань последовательно лишается грамматической агентности, представая статичным объектом, чьё существование определяется внешними силами. В рамках практики позиционирования Хайнаня как пункта назначения роль региона сводится к синтаксической функции обстоятельства места в высказываниях, где истинными агентами выступают туристы. Характерным примером является фраза: «Он напомнил, что в настоящее время основное направление в Китае для россиян – Хайнань»⁹⁴. Здесь Хайнань — лишь пассивная метка («направление»), выбранная внешним потребителем. Даже когда остров формально становится подлежащим («остров Хайнань... предлагает отличные условия для отдыха»)⁹⁵, глагол «предлагает» несёт сервисно-пассивную семантику, описывая свойство товара, а не действие субъекта.

Логика «объективации» Хайнаня продолжается в сервисно-инфраструктурной предикации, где агентность полностью передаётся транспортным компаниям. Хайнань редуцируется до пассивной точки в маршрутной сети («Китай будет интересен туристам... включая Хайнань»)⁹⁶. Сообщения о том, что «основной поток наших граждан идёт на остров

⁹³ TASS (2024) *Hainan vypustil mestnyye standarty besposhlinnoy zapravki sudov* [Hainan issues local standards for duty-free refueling of ships], TASS, 9 November 2024. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/22358287> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

⁹⁴ RIA Novosti (2025) *Bezvizovyy rezhim dlya rossiyan snizit stoimost' poyezdok v KNR, schitayut v RST* [Visa-free regime for Russians will reduce cost of trips to China, Russian Union of Travel Industry believes], RIA Novosti, 3 September 2025. Available at: <https://ria.ru/20250903/rezhim-2039302763.html> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

⁹⁵ RIA Novosti (2025) *I snova leto: nedorogiye kurorty so skidkoy dlya plyazhnogo otdykha osen'yu* [Summer again: inexpensive resorts with discounts for beach holidays in autumn], RIA Novosti, 4 October 2025. Available at: <https://ria.ru/20251004/puteshestviya-2046234022.html> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

⁹⁶ RIA Novosti (2025) *Likhoradka chikungun'ya: simptomy, naskol'ko opasna i lecheniye v 2025 godu* [Chikungunya fever: symptoms, how dangerous it is and treatment in 2025], RIA Novosti, 4 September

Хайнань»⁹⁷ или открываются «прямые рейсы на остров»⁹⁸, закрепляют образ Хайнаня как терминала, доступ к которому организуют третьи лица. Подобная стратегия помещает регион исключительно в поле потребительских предпочтений, полностью вытесняя его институциональную активность.

Особое место в дискурсе занимает предикация уязвимости, где Хайнань предстает как пространство воздействия природных стихий или внешних рисков. В конструкциях типа «на острове Хайнань эвакуировано не менее 110 тысяч человек»⁹⁹ или «“Рагаса” ударит по острову Хайнань»¹⁰⁰ агентами выступают тайфуны или эвакуационные службы, в то время как остров является лишь территорией, на которой возникают чрезвычайные ситуации. Даже информация о том, что туристы «благополучно вылетели» с острова после тайфуна¹⁰¹, смещает фокус на благополучие граждан РФ, оставляя Хайнань в роли проблемной локации.

Таким образом, предикативная модель РИА Новости является системным отражением институциональной позиции агентства. Через локативные, сервисные и уязвимостные предикаты конструируется статичный, обезличенный образ дестинации-объекта. Эта грамматическая пассивность составляет прямую антитезу агентности, конструируемой ТАСС, и закрепляет дихотомию двух принципиально разных режимов медийной репрезентации региона.

4.3. Микростратегии аргументации, перспективации и интенсификации/митигации: «самоконструирование» против «конструирования другими»

В предыдущих подразделах было показано, как на уровне номинации и предикации в

2025. Available at: <https://ria.ru/20250904/virusnaya-lihoradka-shikungunya-2039743345.html> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

⁹⁷ RIA Novosti (2025) *Nikita Kondrat'yev: otmena viz dlya Kitaya trebuyet ser'yoynoy prarabotki* [Nikita Kondratiev: visa abolition for China requires serious study], RIA Novosti, 4 September 2025. Available at: <https://ria.ru/20250904/intervyu-2039565280.html> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

⁹⁸ RIA Novosti (2025) *Posol'stvo v Kitaye prizvalo rossiyan otlozhit' poyezdki v stranu iz-za tayfuna* [Embassy in China urges Russians to postpone trips to the country due to typhoon], RIA Novosti, 22 September 2025. Available at: <https://ria.ru/20250922/kitay-2043516031.html> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

⁹⁹ RIA Novosti (2025) *Rossiyskiye turisty, zaderzhavshiesya na Hainane, vyleteli v Rossiyu* [Russian tourists who stayed in Hainan flew to Russia], RIA Novosti, 26 August 2025. Available at: <https://ria.ru/20250826/turisty-2037578800.html> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

¹⁰⁰ RIA Novosti (2025) *Tayfun dostig poberezh'ya kitayskoy provintsii Guandun* [Typhoon reaches coast of China's Guangdong province], RIA Novosti, 5 October 2025. Available at: <https://ria.ru/20251005/tayfun-2046473814.html> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

¹⁰¹ RIA Novosti (2025) *V MER ne ozhidayut "vzryvnogo" turpotoka iz Rossii v Kitay* [Ministry of Economic Development does not expect an "explosive" tourist flow from Russia to China], RIA Novosti, 4 September 2025. Available at: <https://ria.ru/20250904/kitaj-2039549760.html> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

дискурсах ТАСС и РИА Новости систематически конструируются принципиально разные образы Хайнаня: стратегического актора и пассивной дестинации. Настоящий раздел содержит углубление этого анализа, в нём описаны результаты обращения к трём дополнительным микростратегиям в рамках ДНА — аргументации, перспективации и интенсификации/митигации. Их комплексное применение позволяет выявить, как за формально схожими темами (инвестиции, туризм, сотрудничество) скрываются два различных режима интерпретации реальности, непосредственно вытекающих из институциональной логики каждого агентства.

4.3.1. ТАСС: триада авторитета в дискурсе «самоконструирования»

Дискурс ТАСС в освещении Хайнаньского ПСТ организуется вокруг устойчивой «триады авторитета», которая включает в себя апелляцию к институциональным источникам, принятие официальной «внутренней» перспективы проекта и управление информационным фокусом через интенсификацию успехов. В совокупности эти стратегии легитимируют развитие региона как объективный и управляемый процесс, лингвистически воплощая партнерскую роль агентства как стратегического ретранслятора.

Основой этого подхода является аргументация от институционального авторитета, формирующая фактологический нарратив. ТАСС систематически опирается на политические документы, документы государственных ведомств и официальную статистику, представляя события не в виде их интерпретации, а как неоспоримые факты. Так, развитие региона увязывается с выполнением конкретных графиков: «Как уточняется, подписание этих документов стало важным событием в преддверии перехода самой южной провинции КНР к офшорной таможенной модели — оно намечено на 18 декабря»¹⁰². Аргумент здесь строится на авторитете плана («намечено»), задающего легитимность всему процессу. Аналогично достижения в высоких технологиях подтверждаются ссылками на профильные структуры: «КНР во вторник провела успешный демонстрационный запуск ракеты-носителя CZ-8A ("Чанчжэн-8-эй") с низкоорбитальной группой спутников. Об этом сообщила Китайская корпорация аэрокосмической науки и техники (CASC)... старт был осуществлён с космодрома Вэньчан (южнокитайская провинция Хайнань)...»¹⁰³. Использование цифр также может

¹⁰² TASS (2025) *Srazu dva zapuska sputnikov osushchestvleno s kommercheskogo kosmodroma na Hainane s 30 iyulya* [Two satellite launches conducted from commercial cosmodrome in Hainan since July 30], TASS, 14 August. Available at: <https://tass.ru/nauka/24724813> (Accessed: 11 November 2025). (In Russian).

¹⁰³ TASS (2025) *Uchastniki vystavki potrebitel'skikh tovarov CICPE na Hainane zaklyuchili sdelki na \$12,6 mld* [Participants of CICPE consumer goods exhibition in Hainan conclude deals worth \$12.6 bln], TASS, 21 April 2025. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/23735697> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

служить инструментом доказательства успеха реформ: «Теперь время оформления сокращено до семи дней. Ведущую роль город Санья сыграл также во внедрении стандартов, определяющих проверку транзакций в яхтенной индустрии по всей стране...»¹⁰⁴.

Стратегия перспективации в дискурсе ТАСС реализуется через режим авторитетного ретранслятора, так как агентство транслирует точку зрения официальных китайских институций. Освещение внутренних административных процессов, например, того, что «власти южной китайской провинции Хайнань в основном завершили подготовку к "закрытию" порта свободной торговли...»¹⁰⁵, создает эффект взгляда изнутри системы. При этом крупные мероприятия подаются как свидетельство растущего статуса региона: «На китайском острове Хайнань проходит очередной Беооский азиатский форум...»¹⁰⁶, где Хайнань предстает уже не просто географической точкой, а глобальной институциональной платформой.

Дополняет эту триаду управление позитивным фокусом. ТАСС активно интенсифицирует экономические и социальные достижения, подчёркивая их масштаб: «Участники выставки потребительских товаров CICPE на Хайнанае заключили сделки на \$12,6 млрд.»¹⁰⁷ или указывая, что «город Санья активно работает над совершенствованием комплексных услуг в сфере яхтенного туризма, к концу 2025 года в нём было зарегистрировано в общей сложности 1 415 яхт...»¹⁰⁸. Таким образом, через апелляцию к структурам и управление фокусом внимания ТАСС лингвистически формирует образ компетентного стратегического актора, чьё развитие представляется неоспоримым фактом в рамках государственной стратегии КНР.

4.3.2. РИА Новости: прагматическая триада в дискурсе «конструирования другими»

В противоположность ТАСС, дискурс РИА Новости выстраивается вокруг триады

¹⁰⁴ TASS (2025) *Kitay uspešno zapustil gruppu nizkoorbital'nykh sputnikov* [China successfully launches group of low-orbit satellites], TASS, 26 August 2025. Available at: <https://tass.ru/kosmos/24872241> (Accessed: 11 November 2025). (In Russian).

¹⁰⁵ TASS (2025) *Xinhua: boleye 20 tys. chelovek evakuirovali na Hainane iz-za shtorma* [Xinhua: over 20 thousand people evacuated in Hainan due to storm], TASS, 24 August 2025. Available at: <https://tass.ru/proisshestiya/24860269> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

¹⁰⁶ TASS (2025) *Titov: novaya garmoniya pridet imenno s Vostoka* [Titov: new harmony will come precisely from the East], TASS, 28 March 2025. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/23538273> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

¹⁰⁷ TASS (2025) *Uchastniki vystavki potrebitel'skikh tovarov CICPE na Khaynane zaklyuchili sdelki na \$12,6 mlrd* [Participants of CICPE consumer goods exhibition in Hainan conclude deals worth \$12.6 bln], TASS, 21 April 2025. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/23735697> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

¹⁰⁸ TASS (2025) *Kitay uspešno zapustil gruppu nizkoorbital'nykh sputnikov* [China successfully launches group of low-orbit satellites], TASS, 26 August 2025. Available at: <https://tass.ru/kosmos/24872241> (Accessed: 11 November 2025). (In Russian).

прагматизма, реализующей логику «конструирования другими». Данная модель включает аргументацию от пользы для российской аудитории, внешнюю мозаичную перспективу и избирательную интенсификацию практической информации при игнорировании стратегического контекста. В результате Хайнань предстает как функциональная дестинация, ценность которой определяется исключительно категориями удобства и безопасности для российского потребителя.

Аргументативная стратегия агентства подчинена топосу пользы, где каждый сюжет отвечает на вопрос о том, что конкретное событие даёт россиянину. В контексте темы туризма ключевым доводом становится упрощённый доступ: «Он напомнил, что в настоящее время основное направление в Китае для россиян – Хайнань, и спрос традиционно высокий, так как на острове уже несколько лет действует безвизовый режим для граждан РФ»¹⁰⁹. Здесь безвизовый статус репрезентируется как удобный сервис, а не элемент макроэкономики. Та же логика прослеживается в освещении темы транспорта, где акцент смещён на наличие прямых рейсов: «Также действует региональная программа прямых рейсов на остров Хайнань (Санья) из Санкт-Петербурга, Красноярска, Хабаровска, Казани, Новосибирска, Екатеринбурга, Уфы и Владивостока»¹¹⁰. Эксперты рынка также подчеркивают прагматику маршрутов: «...в компании Fun&Sun ожидают и роста турпотока на Хайнань: за счёт дополнительных рейсов через материковые города и отмены виз у туристов появятся более удобные маршруты на остров»¹¹¹. Даже в кризисных ситуациях аргументация центрируется на защите «своих» граждан: «Посольство в Китае призвало россиян отложить поездки...»¹¹² или «Все задержавшиеся из-за тайфуна на китайском южном острове Хайнань российские туристы благополучно вылетели...»¹¹³.

¹⁰⁹ RIA Novosti (2025) *V RST otmetili uvelicheniye sprosa rossiyan na poyezdki v Kitay* [Russian Union of Travel Industry notes increase in demand among Russians for trips to China], RIA Novosti, 15 October 2025. Available at: <https://ria.ru/20251015/kitay-2048297860.html> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

¹¹⁰ RIA Novosti (2025) *"Aeroflot": spros na reysy mezhdru Rossiyei i Kitayem vyros v 1,5 raza* [Aeroflot: demand for flights between Russia and China increased by 1.5 times], RIA Novosti, 3 September 2025. Available at: <https://ria.ru/20250903/aeroflot-2039477739.html> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

¹¹¹ RIA Novosti (2025) *Bezvizovyy rezhim dlya rossiyan snizit stoimost' poyezdok v KNR, schitayut v RST* [Visa-free regime for Russians will reduce cost of trips to China, Russian Union of Travel Industry believes], RIA Novosti, 3 September 2025. Available at: <https://ria.ru/20250903/rezhim-2039302763.html> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

¹¹² RIA Novosti (2025) *Posol'stvo v Kitaye prizvalo rossiyan otlozhit' poyezdki v stranu iz-za tayfuna* [Embassy in China urges Russians to postpone trips to the country due to typhoon], RIA Novosti, 22 September 2025. Available at: <https://ria.ru/20250922/kitay-2043516031.html> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

¹¹³ RIA Novosti (2025) *Rossiyskiye turisty, zaderzhavshiesya na Khaynane, vyleteli v Rossiyu* [Russian tourists who stayed in Hainan flew to Russia], RIA Novosti, 26 August 2025. Available at: <https://ria.ru/20250826/turisty-2037578800.html> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

Перспективация в РИА Новости носит мозаичный характер и строится на внешних точках зрения. Регион описывается глазами туроператоров: «Китай — экзотическое направление, быстро набирающее популярность. Остров Хайнань — главный пляжный курорт Поднебесной — предлагает отличные условия для отдыха. Это место называют "Восточные Гавайи"...»¹¹⁴, — рассказывают в Tez Tour. Хайнань помещается в контекст «российского турпотока» через оценки экспертов РСТ: «По мнению экспертов, Китай будет интересен туристам из России и с точки зрения познавательного туризма, и как место отдыха на побережье, включая Хайнань»¹¹⁵ или «Основной поток наших граждан идёт на остров Хайнань, на морское побережье, которое и так было безвизовое»¹¹⁶. В ситуациях риска остров и вовсе становится объектом пассивного мониторинга: «...на острове Хайнань эвакуировано не менее 110 тысяч человек»¹¹⁷, «Ожидается, что "Рагаса" 24–25 сентября ударит по острову Хайнань...»¹¹⁸ или «Данных о массовых заболеваниях чикунгуньей в крупных городах Китая (Хайнань, Шанхай, Пекин) нет»¹¹⁹.

Завершает эту модель прагматический фильтр информации. РИА Новости интенсифицирует прикладные аспекты (рейсы, визы, безопасность), используя предикаты «лететь», «добраться», «эвакуировать». При этом наблюдается системное умолчание о стратегическом измерении ПСТ: в материалах практически отсутствуют упоминания о содержании внутренних реформ или макроэкономических показателях. Всё, что не имеет

¹¹⁴ RIA Novosti (2025) *I snova leto: nedorogiye kurorty so skidkoy dlya plyazhnogo otдыхa osen'yu* [Summer again: inexpensive resorts with discounts for beach holidays in autumn], RIA Novosti, 4 October 2025. Available at: <https://ria.ru/20251004/puteshestviya-2046234022.html> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

¹¹⁵ RIA Novosti (2025) *V RST otsenili perspektivy otmeny Kitayem viz dlya rossiyan* [Russian Union of Travel Industry assesses prospects of China abolishing visas for Russians], RIA Novosti, 2 September 2025. Available at: <https://ria.ru/20250902/kitay-2039033277.html> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

¹¹⁶ RIA Novosti (2025) *Nikita Kondrat'yev: otmena viz dlya Kitaya trebuyet ser'yoynoy prarabotki* [Nikita Kondratiev: visa abolition for China requires serious study], RIA Novosti, 4 September 2025. Available at: <https://ria.ru/20250904/intervyu-2039565280.html> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

¹¹⁷ RIA Novosti (2025) *Rossiyskiye turisty, zaderzhavshiesya na Hainane, vyleteli v Rossiyu* [Russian tourists who stayed in Hainan flew to Russia], RIA Novosti, 26 August 2025. Available at: <https://ria.ru/20250826/turisty-2037578800.html> (Accessed: 21 November 2025). (In Russian).

¹¹⁸ RIA Novosti (2025) *Chislo evakuirovannykh iz-za tayfuna v Kitaye prevysilo million* [Number of evacuees due to typhoon in China exceeds one million], RIA Novosti, 23 September 2025. Available at: <https://ria.ru/20250923/tayfun-2043827095.html> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

¹¹⁹ RIA Novosti (2025) *V RST otmetili uvelicheniye sprosa rossiyan na poyezdki v Kitay* [Russian Union of Travel Industry notes increase in demand among Russians for trips to China], RIA Novosti, 15 October 2025. Available at: <https://ria.ru/20251015/kitay-2048297860.html> (Accessed: 20 November 2025). (In Russian).

прямого отношения к опыту российского потребителя, остается за рамками дискурса. Таким образом, через аргументацию от пользы и мозаику внешних перспектив РИА Новости конструирует образ Хайнаня-дестинации — статичного и удобного места, лишённого собственной субъектности, что составляет полную смысловую антитезу стратегическому актору ТАСС.

5 | Заключение

Настоящее исследование, выполненное на стыке критического дискурс-анализа (ДНА), корпусной лингвистики и тематического моделирования (LDA), было направлено на выявление механизмов и логик конструирования образа Хайнаньского порта свободной торговли (ПСТ) в дискурсе ведущих российских государственных информагентств — ТАСС и РИА Новости — в период с 2018 по 2024 гг. Анализ обширного корпуса текстов показал, что за кажущейся общностью в целом позитивного освещения Китая скрывается фундаментальная и системная дивергенция. Она порождает не просто разные акценты, а две принципиально несводимые друг к другу репрезентационные реальности одного и того же региона, основанные на конкурирующих логиках «самоконструирования» (ТАСС) и «конструирования другими» (РИА Новости). Полученные результаты позволяют не только описать траектории формирования медийного образа Хайнаня, но и предложить аналитическую рамку для понимания внутренней дифференциации дискурсивных стратегий в условиях формально партнёрских межгосударственных отношений.

1. Основные выводы: дихотомия репрезентационных режимов

Исследование выявило устойчивую дихотомию в конструировании образа Хайнаньского ПСТ, корнящуюся в глубинных институциональных логиках, стратегических целях и ориентации на аудиторию каждого агентства.

На макроуровне (анализ повестки и тематической динамики) были идентифицированы две противоположные модели.

Дискурс ТАСС, обусловленный институционализированным партнёрством с правительством провинции Хайнань, демонстрирует стратегическую автономию и проактивность. Его повестка характеризуется антициклическим ростом, независимым от конъюнктурных колебаний, и эволюционирует от событийного освещения к системному конструированию нарратива. В фокусе темы, коррелирующие с официальной стратегией развития: институциональные инновации ПСТ, высокие технологии, международное сотрудничество, что формирует образ Хайнаня-стратега.

Дискурс РИА Новости жёстко детерминирован рыночной прагматикой и интересами внутренней аудитории. Динамика публикаций носит реактивный, «пульсирующий» характер, синхронизированный со спросом на туристические услуги. Тематическое поле сужено и утилитаризировано (туризм, транспорт, цены, безопасность), что конструирует образ Хайнаня-дестинации как одномерного объекта потребления.

На микроуровне (лингвистический анализ) языковые стратегии последовательно материализуют эту макродихотомию.

ТАСС через институциональную номинацию («провинция», «порт свободной торговли»), динамическую предикацию («превратиться», «создать», «запустить») и «триаду авторитета» (аргументация от официальных источников, усвоение внутренней перспективы, интенсификация успехов) наделяет Хайнань агентностью. Регион предстаёт как суверенный субъект, целенаправленно реализующий национальный проект модернизации.

РИА Новости через рыночную номинацию («курорт», «направление»), статичную предикацию (Хайнань как место или объект действия) и «триаду прагматизма» (аргументация от пользы для россиян, мозаика внешних перспектив, фильтрация стратегического контекста) лишает Хайнань субъектности. Регион редуцируется до пассивного фона, чья ценность определяется исключительно внешними интересами.

Важно подчеркнуть, что выявленная дивергенция медиалогик объясняется не только наличием или отсутствием прямых партнёрских соглашений, но и фундаментальными различиями в институциональной природе и редакционной политике агентств. ТАСС, будучи старейшим центральным государственным информационным агентством, исторически ориентирован на трансляцию официальной государственной повестки и макрополитики. В свою очередь, РИА Новости входит в состав Международной медиагруппы «Россия сегодня» (наряду с международным агентством Sputnik). Редакционная стратегия данной структуры в значительной степени сфокусирована на внутренней и массовой аудитории, оперативном отклике и освещении социальных, культурных и бытовых тем. Опираясь на широкую сеть корреспондентов и специфику работы с общественным мнением, РИА Новости закономерно отдаёт предпочтение практическим новостям, имеющим непосредственное значение для граждан.

Таким образом, ключевой вывод заключается в том, что в рамках одного медиаполя именно институциональная принадлежность, целевая аудитория и конфигурация связей фундаментально объясняют выбор между стратегическим и рыночным/социальным дискурсивными режимами. Эти факторы, а не просто формальный государственный статус,

являются решающими в задании «режима видимости» и определяют, будет ли регион представлен как стратегический актор или как утилитарный объект потребления.

2. Теоретический вклад и ограничения

Теоретическое значение работы заключается в концептуализации дихотомии медиалогик. Исследование предлагает и операционализирует аналитическую пару «самоконструирование» vs. «конструирование другими» для анализа репрезентаций в условиях асимметричного партнёрства. Это позволяет выйти за рамки бинарной схемы «позитивный/негативный образ» и объяснить внутреннюю разнородность «дружественного» освещения.

Методологическая триангуляция: работа демонстрирует эвристическую силу интеграции количественных (LDA, корпусная статистика) и качественных (DHA) методов. Такой подход позволяет соотнести вопрос «Что и как часто говорится?» с вопросом «Как и с какой позиции конструируются высказывания?», обеспечивая многоуровневый анализ.

Сдвиг фокуса на региональный проект: исследование смещает акцент с генерализованного образа Китая на конкретный мегапроект (Хайнаньский ПСТ) как самостоятельный объект символической политики, что открывает новые перспективы для изучения восприятия комплексных инициатив Китая за рубежом.

Ограничения исследования связаны, прежде всего, с его источниковой базой, сфокусированной на двух государственных агентствах. Для построения более полной картины необходимы дальнейшие изыскания с привлечением коммерческих медиа, социальных сетей и методов анализа рецепции (reception analysis) для понимания того, как сконструированные медиаобразы усваиваются аудиторией.

3. Практические импликации для коммуникационной стратегии

Результаты исследования позволяют сформулировать рекомендации для международной коммуникации Хайнаньского ПСТ.

Стратегия дифференцированной адресности: отказ от универсальных пресс-релизов в пользу целевой подачи информации. Для медиа логики «самоконструирования» (типа ТАСС) — акцент на глубине, эксклюзивности данных о стратегических реформах и инновациях. Для медиа логики «конструирования другими» (типа РИА Новости) — «переупаковка» стратегических инициатив в понятные формулы прямой выгоды для конкретных групп (туристов, предпринимателей, студентов).

Стратегия нарративного моста: сознательное связывание макрополитики с микроопытом. Крупные институциональные изменения (например, новые таможенные правила) должны подаваться через истории, демонстрирующие их конкретное влияние на снижение издержек,

повышение удобства или открытие новых возможностей для иностранных партнёров.

Стратегия полифонизации дискурса: для преодоления зависимости от единственного (официального) голоса и повышения доверия необходимо активно вовлекать в коммуникацию негосударственных акторов — российских выпускников хайнаньских вузов, успешных предпринимателей, работающих в ПСТ, независимых экспертов. Их аутентичные нарративы в социальных медиа могут стать мощным дополнением к официальному дискурсу.

В конечном счёте, проведённый анализ показывает, что эффективная международная коммуникация в современном сложном медиаландшафте — это не монологическая трансляция, а диалогическая работа по настройке резонанса. Она требует тонкого понимания различных институциональных логик медиа-партнёров и способности артикулировать собственную стратегическую повестку на языке практических смыслов и ценностей целевой аудитории, превращая информирование в совместное конструирование позитивного и многомерного образа.

REFERENCES

Deng, Y.B., Chu, C. and Zhang, Y. (2025) Tushi lilun shijiao xia Hainan sheng guoji xingxiang goujian yanjiu — jiyu X shuju de shizheng tansuo [Research on the construction of Hainan Province's international image from the perspective of schema theory: An empirical exploration based on X data], *Xinmeiti yu shehui* [New Media and Society], no. 1, pp. 110–125. (In Chinese).

Fan, H. (2024) Zhongguo guojia xingxiang guoji chuanbo de pinpaihua celue tantao [Discussion on branding strategies for the international communication of China's national image], *Duiwai chuanbo* [International Communications], no. 11, pp. 49–53. (In Chinese).

Huang, J.J., Li, P.W. and Peng, M. (2020) Jiyu shendu xuexi de zhuti moxing yanjiu [Research on topic models based on deep learning], *Jisuanji xuebao* [Chinese Journal of Computers], no. 43(05), pp. 827–855. (In Chinese).

Li, Y.Q. (2024) Hainan zimai gang guoji chuanbo nengli tisheng celue yanjiu [Research on strategies for improving the international communication capacity of Hainan Free Trade Port], *Xinwen yanjiu daokan* [Journal of News Research], no. 15(19), pp. 42–46. (In Chinese).

Luo, Z.W. and Wang, M. (2022) Pipan diyuan zhengzhi shijiao xia de guojia pinpai shijian [National branding practice from the perspective of critical geopolitics], *Redai dili* [Tropical Geography], no. 42(7), pp. 1169–1179. (In Chinese).

Miao, B., Tao, H.W. and Qin, Y. (2025) Dongmeng guojia dazhong meiti dui Hainan zimai gang de xingxiang goujian ji yingxiang yinsu fenxi [Image construction and influencing factors of Hainan Free Trade Port by mass media in ASEAN countries], *Hainan daxue xuebao (Renwen shehui kexue ban)* [Journal of Hainan University (Humanities and Social Sciences)], no. 43(06), pp. 38–47. DOI: 10.15886/j.cnki.hnus.202410.0325. (In Chinese).

Shi, A.B. and Wang, M. (2024) Quyu pinpai lilun shiyu xia difang guoji chuanbo xiaoneng tisheng lujing [Improving local international communication effectiveness within the framework of regional branding theory], *Xinwen zhanxian* [The Press], no. 2, pp. 42–44. (In Chinese).

Tang, Y.C. (2025) Zhongguoshi xiandaihua huayu tixi xia Hainan zimai gang guoji chuanbo yingxiangli yanjiu dongtai ji jiazhi [Research trends and value of the international communication

influence of the Hainan Free Trade Port under the discourse system of Chinese-style modernization], *Xinwen chuanbo* [Journalism Communication], no. 11, pp. 16–18. (In Chinese).

Wang, C.Y., Li, Z. and Zhao, H. (2025) *Jiyu zageng lilun de Xifang zhuliu meiti guanyu Hainan zimai gang jianshe baodao de moxing goujian yanjiu* [Study on constructing a model for Western mainstream media coverage of Hainan Free Trade Port construction based on grounded theory], *Xinwen yanjiu daokan* [Journal of News Research], no. 16(07), pp. 54–57. DOI: 10.26918/j.xwyjdk.2025.07.012. (In Chinese).

Yang, W. and Shangguan, W. (2024) *Quanmian tisheng Hainan zimai gang guoji chuanbo xiaoneng lunxi* [An analysis of the comprehensive improvement of international communication effectiveness of Hainan Free Trade Port], *Hainan daxue xuebao (Renwen shehui kexue ban)* [Journal of Hainan University (Humanities and Social Sciences)], no. 42(3). (In Chinese).

Zhang, K. and Wang, M.Q. (2018) *Guojia pinpai de neihan, gongneng ji qi tisheng lujing* [The connotations, functions, and enhancement paths of national branding], *Xueshuji* [Academics], no. 4, pp. 88–99. (In Chinese).

Anholt, S. (2007) *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Palgrave Macmillan.

Baker, P. (2006) *Using Corpora in Discourse Analysis*. Continuum.

Boulding, K.E. (1956) *The Image: Knowledge in Life and Society*. University of Michigan Press.

Dinnie, K. (2008) *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Butterworth-Heinemann.

Entman, R.M. (1993) *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*, *Journal of Communication*, no. 43(4), pp. 51–58.

Fairclough, N. (1995) *Critical Discourse Analysis: The critical study of language*. Longman.

Hall, S. (1997) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage.

Hallin, D.C., Mancini, P. (2004) *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.

Kunczik, M. (1997) *Images of Nations and International Public Relations*. Lawrence Erlbaum Associates.

McCombs, M.E. and Shaw, D.L. (1972) *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, *Public Opinion Quarterly*, no. 36(2), pp. 176–187.

Moilanen, T., Rainisto, S. (2009) *How to Brand Nations, Cities and Destinations*. Palgrave.

Stubbs, M. (1997) *Whorf's children: Critical comments on critical discourse analysis*, in Ryan, A. and Wray, A. (eds.) *Evolving Models of Language*. Clevedon: Multilingual Matters, pp. 110–116.

Thussu, D.K. (2018) *International Communication: Continuity and Change*. 3rd ed. Bloomsbury Academic.

Wodak, R. (2001) *The discourse-historical approach*, in Wodak, R. and Meyer, M. (eds.) *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage, pp. 63–94.

Айщирина Жумабай

Доктор филологических наук, доцент,
научный руководитель магистрантов,
Институт иностранных языков
Хайнаньского университета,
Хайкоу, Китай.

Адрес для корреспонденции:
570228, Китай, г. Хайкоу,
район Мэйлань, проспект Жэньминь, д. 58.

Эл. адрес: 996196@Hainanu.edu.cn
<https://orcid.org/0009-0005-1143-2882>

Ayixiren Jumabai

Doctor of Philological Sciences, Associate
Professor, supervisor of master's students,
Institute of Foreign Languages, Hainan
University,
Haikou, China

Correspondence address:
58 Renmin Avenue, Meilan District,
Haikou 570228,
China

Email: 996196@Hainanu.edu.cn
<https://orcid.org/0009-0005-1143-2882>

Цзэн Цзяфу

Магистрант,
Хайнаньский университет,
Хайкоу, Китай.

Адрес для корреспонденции:
570228, Китай, г. Хайкоу,
район Мэйлань, проспект Жэньминь, д. 58.

Эл. адрес: zengjiafu2002@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0005-9665-8812>

Zeng Jiafu

Master's candidate,
Hainan University,
Haikou, China

Correspondence address:
58 Renmin Avenue, Meilan District,
Haikou 570228,
China

Email: zengjiafu2002@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0005-9665-8812>

Для цитирования: Айщирина Жумабай, Цзэн Цзяфу. Подходы российских СМИ к конструированию образа Хайнаньского порта свободной торговли: дискурсивный анализ (2018–2025) // Социоллингвистика. 2026. № 1. С. 203–238. DOI: 10.37892/2713-2951-2026-01-11

For citation: Ayixiren Jumabai, Zeng Jiafu. Russian media in constructing the image of the Hainan free trade port: a discourse study (2018–2025) // Sociolinguistika. 2026. No. 1. Pp. 203–238. DOI: 10.37892/2713-2951-2026-01-11

Заявление о конфликте интересов | Conflict of interest statement

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.

The article was submitted 02.12.2025;
approved after reviewing 10.05.2026;
accepted for publication 16.06.2026.