

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ, ИСКУССТВА

Научная статья / Article

УДК 114

<https://doi.org/10.34130/2233-1277-2026-3-27>

Конструктивная роль цифровых медиа в молодежной межкультурной коммуникации (на примере Китая и России)

Вэйвэй Ли

Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь
lig116066@gmail.com

Аннотация. В условиях расширения межкультурных контактов роль цифровых медиа в диалоге молодежи России и Китая становится все более значимой. На основе результатов теоретических исследований цифровых медиа в работах российских и китайских авторов, в статье выдвигается гипотеза о конструктивной роли цифровых медиа в молодежной культурной коммуникации. Используя в качестве эмпирической базы контент цифровых платформ России (VK) и Китая (Douyin) ($n = 300$), применяя категориальный контент-анализ, дискурсивный и сравнительный анализ, автор данного исследования изучает цифровые медиа с точки зрения их функций — формирования идентичности, трансформации культурных смыслов и развития межкультурного взаимодействия. Новизна исследования заключается в использо-

вании авторской категориальной модели контент-анализа, позволяющей комплексно изучить каждую единицу видеоконтента. Результаты показывают, что китайский контент характеризуется доминированием культурной тематики, позитивной тональностью и выраженной интегративной направленностью, тогда как российский контент демонстрирует более сбалансированное тематическое распределение и усиленную образовательную и рефлексивную функцию. Дискурсивный анализ выявил различия в стратегиях представленных культур: в Китае преобладает визуализация и адаптация культурных практик, в России — обсуждение норм, стереотипов и межкультурных различий. В результате сравнительного анализа обнаружено, что в основе разработки контента цифровых платформ в двух странах лежат принципы, зависящие от особенностей моделей коммуникации в цифровом пространстве. Данная культурная специфика обуславливает содержание цифрового контента, особенно с точки зрения форм взаимодействия и функций, которые данный контент реализует. Перспективы дальнейших исследований связаны с расширением выборки за счет других цифровых платформ, а также с углубленным анализом влияния динамики межкультурного взаимодействия на формирование культурных представлений.

Ключевые слова: цифровые медиа, межкультурная коммуникация, молодежь, цифровая социализация, культурная идентичность, цифровая эмпатия, китайско-российское взаимодействие

Для цитирования: Ли В. Конструктивная роль цифровых медиа в молодежной межкультурной коммуникации (на примере Китая и России) // Человек. Культура. Образование. 2026. № 3. С. 27–42. <https://doi.org/10.34130/2233-1277-2026-3-27>

The Constructive Role of Digital Media in Youth Intercultural Communication (A Case Study of China and Russia)

Li Weiwei

Belarusian State University, Minsk, Belarus
lig116066@gmail.com

Abstract. This article examines the constructive role of digital media in intercultural communication among youth in Russia and China in the context of digital socialization and globalization. The theoretical framework is based on Russian and Chinese studies that conceptualize digital media as a space for identity formation, transformation of cultural meanings, and development of intercultural interaction. Particular attention is paid to the concepts

of “digital empathy” and the “third culture,” which reflect processes of cultural convergence in the online environment. The empirical study is based on the analysis of 300 units of user-generated content (Douyin and VK), selected according to the criteria of intercultural relevance and originality. The methodology includes qualitative content analysis based on an author-developed categorical model (themes, tone, interaction format, depth, and functions), discourse analysis of cultural representations, and comparative cultural analysis of communication models. The results show that Chinese content is characterized by the dominance of cultural themes, a positive tone, and a strong integrative orientation, whereas Russian content demonstrates a more balanced thematic distribution and a stronger educational and reflective dimension. Discourse analysis reveals differences in strategies of cultural representation: Douyin emphasizes visualization and adaptation of cultural practices, while VK focuses on the discussion of norms, stereotypes, and intercultural differences. Comparative analysis confirms that digital media function not only as a communication channel but also as an environment for constructing cultural representations, contributing to the development of intercultural competence, hybrid identity, and sustainable forms of digital interaction among youth. Future research perspectives include expanding the sample to other digital platforms and further analysis influences of the dynamics of intercultural interaction and the impact of algorithmic mechanisms on the formation of cultural perceptions.

Keywords: digital media; intercultural communication; youth; digital socialization; cultural identity; digital empathy; Sino-Russian interaction

For citation: Li V. The Constructive Role of Digital Media in Youth Intercultural Communication (Based on the Examples of China and Russia). *Chelovek. Kul'tura. Obrazovanie = Human. Culture. Education*. 2026; 3: 27–42. (In Russ.) <https://doi.org/10.34130/2233-1277-2026-3-27>

Введение. За последние десятилетия цифровые медиа превратились в важную среду общения и социализации молодежи. Цифровая среда формирует новые модели поведения и переносит процессы социализации в онлайн-пространство [1]. В условиях глобализации преимущественно молодежь становится ключевым агентом межкультурной коммуникации [2]. Китайские и российские студенты активно взаимодействуют в социальных сетях, используют видеохостинги и сервисы мгновенных сообщений для обмена. Такое взаимодействие происходит не только в развлекательных целях. Так, цифровые платформы становятся каналом изучения языка, освоения культурного на-

следования и совместного творчества, создавая условия для межкультурного диалога.

В российской научной среде обсуждение роли цифровых медиа в социальной жизни молодежи началось с феномена «цифровой социализации» [3; 5]. В результате создается коммуникативное пространство с равным доступом к информации, в котором есть возможности для диалога между молодыми людьми из разных стран [6].

В Китае цифровая межкультурная коммуникация также неоднократно становилась объектом изучения в трудах современных исследователей. Основное внимание в их работах сфокусировано на «реинкультурации» этнических мифов в пространстве цифровых платформ, а также на феномене «третьей культуры», формирующейся как результат взаимодействия молодых людей разных культур [7–10]. **Конструктивная роль цифровых медиа** отмечена и в трудах ученых из других стран, выделяющих формирование образа другой страны как функцию социальных медиа [11–13]. Несмотря на очевидные достижения, обращает на себя внимание недостаточное количество работ, устанавливающих прямую связь между цифровыми инструментами и развитием межкультурных компетенций, что и побуждает к дальнейшим исследованиям.

В условиях растущего стратегического партнерства исследование конструктивной роли цифровых медиа в межкультурной коммуникации молодежи России и Китая представляется социально значимым. Это не только академический интерес, но и практическая необходимость, поскольку качественное взаимодействие будущих специалистов влияет на гуманитарное сотрудничество, торговлю, международную безопасность и культурный обмен. В рамках настоящего исследования целью выступает изучение конструктивной роли цифровых медиа в межкультурной коммуникации российской и китайской молодежи. Данная цель предполагает решение ряда задач, включая изучение состояния исследований влияния цифровых медиа на межкультурную коммуникацию и проведение эмпирического исследования роли этих медиа во взаимодействии молодежи двух стран.

Методы исследования, теоретическая база. Изучение конструктивной роли цифровых медиа в межкультурном обмене

не молодежи России и Китая требует прежде всего рассмотрения состояния исследования роли цифровых медиа в данном процессе. С этой целью мы провели анализ научных публикаций и обнаружили, что в России и Китае фокус исследований сосредоточен на различных аспектах цифровых медиа.

В российской научной традиции цифровые медиа рассматриваются через концепт «цифровой социализации», в рамках которой онлайн-среда формирует идентичность и коммуникативные практики молодежи, расширяя межкультурные контакты и снижая пространственные барьеры [1; 3]. При этом подчеркивается роль цифровых субкультур и трансформация социальных установок, а также амбивалентность цифровой среды, сочетающей интеграцию и риски изоляции [4; 5; 6; 14]. Взаимодействие китайской и российской молодежи анализируется через призму межкультурной коммуникации, где выявляются барьеры и подчеркивается значимость коммуникативной толерантности [15; 16].

Китайские авторы рассматривают цифровые медиа как пространство, интегрирующее в себе культурные смыслы. Взаимодействие молодежи в них изучается как процесс перехода от «культурного другого» к «культурному партнеру». Следовательно, результатом этого взаимодействия является формирование «цифровой эмпатии», которая, в свою очередь, определяет основу для конструктивного межкультурного диалога [7; 17]. Другие авторы отмечают, что результатом такого диалога может быть формирование «третьей культуры» [9]. Труды с культурологическим фокусом концентрируются на анализе стереотипов и культурных образов в цифровой среде [18; 19]. Более того, в работах показано, что особенности цифровых медиа способны влиять на межкультурное восприятие и трансформацию этих образов [20–22]. В более широком контексте подчеркивается рост значимости межкультурного взаимодействия при одновременном сохранении барьеров [23], тогда как цифровые платформы создают масштабные пространства глобального диалога молодежи [12; 24–26].

Сравнительный анализ показывает, что российские исследования акцентируют внимание на коммуникативных эффектах цифровых медиа, тогда как китайские сосредоточены на выявлении его трансформационного потенциала. При этом раз-

личаются и оценки рисков: от индивидуальных эффектов до структурных барьеров межкультурной коммуникации.

Таблица 1

**Результаты анализа исследований роли цифровых медиа
 в России и Китае**

<i>Критерий</i>	<i>Россия</i>	<i>Китай</i>
Преимущества и перспективы цифровых медиа	• расширение коммуникативного пространства • создание локально-глобальной идентичности • открытие доступа к разнообразным культурным моделям • способствование развитию толерантности	• формирование культурной идентичности через цифровое взаимодействие • развитие «цифровой эмпатии» и гуманитарных связей • создание «третьей культуры» и гибридных смыслов • переосмысление и трансформация культурного наследия
Риски и барьеры цифровых медиа	• зависимость от алгоритмов • «пузыри фильтров» • эмоциональная изоляция • поверхностность контактов	• алгоритмическая асимметрия • сохранение стереотипов через цифровую среду • языковой и социально-экономический разрыв • необходимость культурной адаптации

Источник: составлено автором.

В статье эмпирическое исследование строится на комплексном анализе цифрового контента российских и китайских социальных сетей, собранного в период с февраля по март 2026 г. Для сбора контента осуществлялся поиск по ключевым запросам «Китайская культура», «Российская молодежь», «Межкультурный обмен» в VK и Douyin. Найденный контент проходил первичную фильтрацию по критериям оригинальности авторского контента и присутствия межкультурной тематики. Таким образом была сформирована выборка исследования $n = 300$.

Чтобы понять, как молодежь представляет и переосмысливает культурные смыслы на цифровых платформах, был проведен качественный контент-анализ. Данный подход активно используется в российских и зарубежных исследованиях цифровой социализации молодежи [11; 14]. Каждая единица была проанализирована по авторской модели категорий (табл. 2).

Таблица 2

Категориальная модель анализа

<i>Категория</i>	<i>Содержание</i>	<i>Индикаторы</i>
Тематика	Содержание коммуникации	культура / язык / повседневность
Тональность	Эмоциональный фон	позитивная / нейтральная / негативная
Формат взаимодействия	Тип коммуникации	демонстрация / диалог / обучение
Глубина взаимодействия	Уровень вовлеченности	поверхностный / содержательный
Конструктивные функции	Результат коммуникации	интеграция / познание / идентичность

Источник: составлено автором.

Дискурсивный анализ позволяет обнаружить, как в цифровых медиа конструируются культурные образы и смыслы. Анализ учитывал использование символов, метафор, мемов, а также языковые формы, характерные для молодежных субкультур [6–8; 27]. Также был использован сравнительно-культурологический анализ, целью которого стало сопоставление моделей цифровой коммуникации молодежи Китая и России.

Результаты исследования и их обсуждение. Результаты категориального контент-анализа представлены в виде сравнительных распределений по указанным параметрам и позволяют проследить как общие тенденции, так и различия в моделях цифрового взаимодействия китайской и российской молодежи (табл. 3).

Таблица 3

Результаты категориального контент-анализа

<i>Категория</i>	<i>Douyin (n = 150)</i>	<i>VK (n = 150)</i>
Тематика		
Культура	109 (72,7 %)	77 (51,3 %)
Повседневность	74 (49,3 %)	76 (50,7 %)
Язык	31 (20,7 %)	26 (17,3 %)
Тональность		
Позитивная	86 (57,3 %)	71 (47,3 %)
Нейтральная	64 (42,7 %)	74 (49,3 %)
Негативная	–	5 (3,3 %)
Формат взаимодействия		
Демонстрация	76 (50,7 %)	84 (56,0 %)
Диалог	49 (32,7 %)	46 (30,7 %)
Обучение	25 (16,6 %)	30 (20,0 %)
Глубина		
Поверхностный	65 (43,3 %)	67 (44,7 %)
Содержательный	85 (56,7 %)	83 (55,3 %)
Конструктивные функции		
Познание	101 (67,3 %)	92 (61,3 %)
Интеграция	79 (52,7 %)	57 (38,0 %)
Идентичность	46 (30,7 %)	35 (23,3 %)

Источник: составлено автором.

Результаты контент-анализа показывают, что в китайском сегменте цифровых медиа доминирует культурная тематика (72,7 %), тогда как в VK наблюдается более сбалансированное распределение между культурой (51,3 %) и повседневностью (50,7 %) при меньшей представленности языкового контента (17,3 %). Контент Douyin отличается более выраженной позитивной направленностью (57,3 %) и отсутствием негативных оценок, в то время как в VK тональность распределена более равномерно между позитивной (47,3 %) и нейтральной (49,3 %) с незначительной долей негативного контента (3,3 %). Для обеих платформ характерно преобладание демонстрационного формата (50,7 % в Douyin и 56,0 % в VK), однако Douyin чаще сочетает его с элементами диалога (32,7 %), тогда как VK демонстрирует более выраженную образовательную составляющую (20,0 %). Глубина взаимодействия на платформах сопо-

ставима: доля содержательного контента составляет 56,7 % в Douyin и 55,3 % в VK. В функциональном отношении Douyin преимущественно реализует познавательные (67,3 %) и интегративные функции (52,7 %), способствуя объяснению и сближению культур, тогда как в VK доминирует познавательная функция (61,3 %), а интеграция выражена слабее (38,0 %) и дополняется рефлексией культурной идентичности (23,3 %).

Выявленные различия объясняются особенностями медиасреды и социокультурного контекста. Преобладание культурной тематики и позитивной тональности в Douyin может быть связано с ориентацией китайских платформ на визуализацию культуры и формирование позитивных образов [7], а также с их ролью в конструировании культурной идентичности и развитии «цифровой эмпатии» [9; 17]. Более сбалансированное распределение характеристик в VK, возможно, обусловлено спецификой цифровой социализации российской молодежи, где онлайн-коммуникация сочетает взаимодействие и рефлексию [1; 3]. Усиление образовательных и рефлексивных практик в российском контенте может быть связано с необходимостью преодоления межкультурных барьеров и формирования толерантности [15; 16].

Дискурсивный анализ позволил выявить, как цифровые медиа конструируют культурные образы и смыслы. В китайской выборке преобладают видеосюжеты, где блогеры знакомят аудиторию с русской культурой (улицы, школьные традиции, еда) и показывают, как молодежь осваивает русские пространства. К примеру, ролик «Молодые китайцы открывают для себя русскую уличную культуру» демонстрирует прогулку по улицам российских городов и сопровождается комментариями о русской повседневности, представляя собой видеодемонстрацию с поверхностным уровнем анализа и функцией познания и интеграции. Другие записи показывают адаптацию российских студентов в Китае: в ролике «Русская молодежь в Китае: как мы адаптируемся к местной жизни» рассказывается о бытовых трудностях и способах их преодоления, что формирует гибридную идентичность и подчеркивает общие ценности.

Сравнение использования метафорических образов в видео-контенте молодежи двух стран позволяет обнаружить, что китайскими блогерами часто используется прием визуализации культурных кодов в символах (улицы, традиционные блюда). В рос-

сийском контенте прослеживается акцент на практических советах и сравнении норм поведения китайцев и русских. Контент на российской платформе включает DI-инструкции («Как сделать китайский фонарик?»), советы по межкультурным нормам («Какие цветы нельзя дарить в Китае?») и юмористические видео.

Отметим, что видео DIY-инструкции достаточно часто встречаются на анализируемой платформе, что свидетельствует о высоком интересе русской молодежи к мудрости китайского народа, которая проявляется в оригами, рукоделии и прочих изделиях. Подобные видеоматериалы в большинстве относятся к типу демонстрации и используются в нативной форме (часто это оригинальные видео из китайской сети, которые сопровождаются субтитрами на русском языке) без оценочной информации от создателя видео.

Конструирование культурных смыслов, как отмечалось ранее, имеет тесную связь с вопросом стереотипов, который может решаться (или наоборот усугубляться) в цифровых медиа. В этом плане интересно видео по теме «Стереотипы китайцев о русских», в котором русская девушка и китайский парень обсуждают стереотипы и совместно опровергают их. Полагаем, что подобный видеоконтент особенно важен в коммуникации молодых людей, поскольку способствует формированию лучшего понимания особенностей двух народов, устранению тех некорректных представлений о партнере, которые укоренились в сознании. С другой стороны, юмористические видеоролики (например, «Китайцы никогда не посоветуют плохого») могут передавать ценностные представления молодежи другой страны, формируя идентичность через стереотипы самого народа о своей культуре. Кроме видеоконтента, интерес представляют комментарии, которые могут выполнять функцию взаимодействия, способствуя укоренению представлений о другой культуре.

Переходя к результатам сопоставительного анализа, можно отметить, что различия в моделях цифровой коммуникации российской и китайской молодежи очевидны. В китайских медиа акцент сделан на адаптации к российской действительности посредством позитивной визуализации культурных различий в формате демонстрации или образовательного контента. Контент молодежи Китая транслирует стремление к дружелюбному представлению русской культуры в формате монолога. Российские медиа более диалогичны, что подтверждается

распространенностью наряду с демонстрацией контента в форме обсуждения. Здесь пользователи склонны вступать в дискуссию, обмениваясь мнениями, и заинтересованы в контенте на темы китайской культуры и повседневности. Это свидетельствует о желании российской молодежи понять китайскую культуру как близкую.

Все это подтверждает конструктивную роль цифровых медиа в межкультурной коммуникации молодежи. Более того, реализация данной роли в Китае и России происходит по-разному, что связано в большей степени с особенностями моделей коммуникации. Культурная специфика представителей каждой страны формируют приверженность к определенным способам получения информации, что, в свою очередь, выдвигает конкретные запросы на создание контента.

Результаты исследования позволяют сформулировать практические рекомендации по созданию цифрового контента, ориентированного на развитие межкультурного взаимодействия молодежи России и Китая. Эффективной стратегией является сочетание визуально насыщенных форматов, характерных для китайских платформ (например, «день в России глазами китайского студента»), с пояснительными элементами, типичными для российского контента (разбор культурных норм, «почему так принято»), что повышает как вовлеченность, так и глубину понимания. Важным является также комбинирование демонстрационных и диалоговых практик через форматы вопросов и совместных видео («Китай vs Россия: что вас удивило?»), способствующих снижению стереотипов и развитию «цифровой эмпатии».

Заключение. Цифровые медиа являются важным источником информации для современной молодежи. В условиях межкультурной коммуникации в цифровых медиа формируется коммуникативное пространство для ознакомления с культурными достижениями другой страны. В результате проведенного исследования было установлено, что в российских и китайских медиа присутствуют разные категории контента с точки зрения как формата взаимодействия, так и реализации конструктивной функции. Выделенные направления исследования непосредственно отражают специфику коммуникативных моделей представленных культур. При последующей разработке контента учтенные моменты позволят улучшить эффективность комму-

никации российской и китайской молодежи, тем самым способствуя укреплению международного диалога Китая и России.

Несмотря на новизну настоящего исследования и значимость его результатов, представленный эмпирический материал был ограничен лишь двумя цифровыми медиа. В связи с этим перспективы дальнейших исследований предполагается связать с расширением эмпирической выборки за счет включения контента других платформ. В то же время открытым остается вопрос о формировании устойчивых межкультурных связей в цифровой среде. Для его изучения в будущих исследованиях открывается перспектива применения анализа динамики взаимодействия пользователей из двух стран в реальном времени.

Список источников

1. Максимова О. А., Нагматуллина Л. К. Цифровая социализация российской молодежи: соотношение реальных и виртуальных коммуникационных практик // Казанский социально-гуманитарный вестник. 2023. № 5. С. 42–47.
2. Багдueva А. В., Рогозная Н. Н. Межкультурные контакты России и Китая: новейший период // Российско-китайские исследования. 2020. Т. 4. № 2. С. 157–169.
3. Кузнецова Е. А. Цифровая социализация молодежи // Социология. 2023. № 3. С. 59–66.
4. Мухаметшин Р. М. Молодежь и цифровое потребление в контексте социализации новых поколений // Вестник экономики, права и социологии. 2024. № 2. С. 220–224.
5. Кривенькая М. А. Молодежь о цифровой социализации: единение и одиночество в сети // Этнодиалоги. 2019. № 2 (58). С. 53–59.
6. Горбат О. П. Состояние и особенности медиакультуры современной молодежи // Библиосфера. 2022. № 4. С. 72–80.
7. 赵雅萱. 数字人文视野下的叙事转译与文化认同 — 以中俄民族神话的社交媒体传播为例 [= Чжао Ясянь. Нарративный перевод и культурная идентичность в перспективе цифровой гуманитаристики: на примере распространения китайско-русских этнических мифов в социальных медиа] // 科技传播 [= Распространение науки и технологий]. 2025. № 21. С. 100–105.
8. 龚文霞. 俄罗斯博主的中国文化镜像: 跨文化传播的“他者”视角 [= Гун Вэнься. Образ китайской культуры у российских блогеров: «взгляд другого» в межкультурной коммуникации] // 俄罗斯研究 [= Исследования России]. 2024. № 1. С. 112–130.
9. 肖珺, 吴玮琦. 数字沟通中的跨文化对话观: 基于 Z 世代实践路径的理论阐释 [= Сяо Цзюнь, У Вэйци. Концепция межкультурного диалога в цифровой коммуникации: теоретическая интерпретация на основе практик

поколения Z] // 新闻与传播评论 [= Обзор журналистики и коммуникации]. 2024. № 4. С. 56–74.

10. 石晓茹, 苏晓亮. 以歌为媒, 筑就 Z 世代民心相通的青春桥梁 — “中俄青年歌会” 的国际传播创新路径探析 [= Ши Сяожу, Су Сяоян. Песня как медиатор: молодежный мост взаимопонимания поколения Z — анализ инновационных путей международной коммуникации Китайско-российского молодежного песенного вечера] // 中国广播电视学刊 [= Китайский журнал радио и телевидения]. 2025. № 8. С. 72–76.

11. Alghamdi E. A. Exploring social media for intercultural communication among international students in Chinese universities // *International Journal of Emerging Technologies in Learning*. 2021. Vol. 16. № 6. DOI: 10.3991/ijet.v16i06.20603.

12. Zhao Q., Petrov D. Large-scale online cross-cultural communication events on TikTok // arXiv. 2025. URL: <https://arxiv.org/abs/2602.18549> (дата обращения: 24.04.2026).

13. Ван Юйчжи. Intercultural communication in the social media era: adaptation strategies of Chinese cultural content for Russian audiences // *Мир науки, культуры, образования*. 2024. № 5 (108). С. 453–455. DOI: 10.24412/1991-5497-2024-5108-453-455.

14. Мамедов А. К.-О., Артеменко М. О. Цифровые субкультуры как новый социальный феномен // *Экономика. Социология. Право*. 2025. № 2 (38). С. 84–92. DOI: 10.22281/2542-1697-2025-04-02-84-92.

15. Самохвалова А. Г., Дмитрук Л. А. Коммуникативные трудности межкультурного общения китайских и российских студентов // *Ярославский педагогический вестник*. 2019. № 4. С. 86–94. DOI: 10.24411/1813-145X-2019-10456.

16. Егурнова А. А., Букетова Е. А. Коммуникативная толерантность при межкультурном взаимодействии русских и китайских студентов // *Концепт*. 2013. № 8 (24). С. 76–80.

17. 郭艳蕾. 社交媒体视域下中俄青年文化认同互动研究 [= Го Яньлэй. Исследование взаимодействия культурной идентичности китайской и российской молодежи в перспективе социальных медиа] // *国际论坛* [= Международный форум]. 2024. № 6. С. 34–49.

18. Liu Y., Zhao S. Image of Russia in Chinese youth network discourse // *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. 2020. Vol. 95. DOI: 10.15405/epsbs.2020.08.95.

19. 黄思懿. CGTN 俄语频道文化类短视频的语境特征研究 [= Хуан Сии. Исследование контекстуальных особенностей культурных коротких видео русскоязычного канала CGTN] // *新闻研究导刊* [= Вестник исследований журналистики]. 2024. № 15. С. 89–92.

20. Чжоу С., Чжан Ц. Восприятие России современной китайской студенческой молодежью // *Мир русскоговорящих стран*. 2020. № 2 (4). С. 5–25.

21. Li H. Global communication of Chinese culture in the digital era // Chinese Journal of Communication. 2022. Vol. 15. No 3. DOI: 10.1080/17544750.2022.203.

22. Ван Ю. Intercultural communication in the social media era: adaptation strategies of Chinese cultural content for Russian audiences // Мир науки, культуры, образования. 2024. № 5 (108). С. 453–455. DOI: 10.24412/1991-5497-2024-5108-453-455.

23. Сюй Ц. Анализ проблем межкультурной коммуникации в трудах китайских ученых // Верхневолжский филологический вестник. 2024. № 3 (38). С. 250–261. DOI: 10.20323/2499-9679-2024-3-38-250.

24. 赵秋野, 陈美玉. 沉浸式数字平台与俄语跨文化人才培养 (中俄案例) [= Чжао Цюе, Чэнь Мэйюй. Иммерсивные цифровые платформы и подготовка специалистов по русскому языку с межкультурной компетенцией: китайско-российский кейс] // 中国俄语教学 [= Преподавание русского языка в Китае]. 2024. № 3. С. 45–52.

25. 刘欣欣. 中国文化在俄罗斯社交媒体上传播现状的研究 [= Лю Синьсинь. Современное состояние распространения китайской культуры в российских социальных медиа] // 文化产业 [= Культурная индустрия]. 2025. № 12. С. 45–50.

26. 陈雨薇, 张磊. 中国文化符号在 TikTok 平台的俄语传播社会网络分析 [= Чэнь Юйвэй, Чжан Лэй. Социально-сетевой анализ русскоязычного распространения китайских культурных символов на платформе TikTok] // 国际传播 [= Международная коммуникация]. 2024. № 3. С. 58–75.

27. 李倩, 刘茜, 刘玉涵. 交互式数字媒体对留学生跨文化学习的影响研究 [= Ли Цянь, Лю Цянь, Лю Юхань. Влияние интерактивных цифровых медиа на межкультурное обучение иностранных студентов] // 中国网络传播研究 [= Исследования китайской интернет-коммуникации]. 2025. № 2. С. 78–95.

References

1. Maksimova O. A., Nagmatullina L. K. Digital socialization of Russian youth: correlation of real and virtual communication practices. *Kazanskij socialno-gumanitarnyj vestnik* [Kazan Social and Humanitarian Bulletin]. 2023. No 5. Pp. 42–47. (In Russ.)

2. Bagdueva A. V., Rogoznaya N. N. Intercultural contacts between Russia and China: the modern period. *Rossijsko-kitajskie issledovaniya* [Russian and Chinese Studies]. 2020. Vol. 4. No 2. Pp. 157–169. (In Russ.)

3. Kuznetsova E. A. Digital socialization of youth. *Sociologiya* [Sociology]. 2023. No 3. Pp. 59–66. (In Russ.)

4. Mukhametshin R. M. Youth and digital consumption in the context of socialization of new generations. *Vestnik ekonomiki, prava i sociologii* [Bulletin of Economics, Law and Sociology]. 2024. No 2. Pp. 220–224. (In Russ.)

5. Krivenkaya M. A. Youth on digital socialization: unity and loneliness online. *Etnodialogi* [Ethnodialogues]. 2019. No 2 (58). Pp. 53–59. (In Russ.)

6. Gorbat O. P. The state and features of media culture of modern youth. *Bibliosfera* [Bibliosphere]. 2022. No 4. Pp. 72–80. (In Russ.)

7. Zhao Yaxuan. Narrative translation and cultural identity from the perspective of digital humanities: the case of Chinese-Russian ethnic myths on social media. *Keji chuanbo* [Science and Technology Communication]. 2025. No 21. Pp. 100–105. (In Chin.)

8. Gong Wenxia. Image of Chinese culture in Russian bloggers: the “other” perspective in intercultural communication. *Eluosi yanjiu* [Russian Studies]. 2024. No 1. Pp. 112–130. (In Chin.)

9. Xiao Jun, Wu Weiqi. Intercultural dialogue in digital communication: theoretical interpretation based on Generation Z practices. *Xinwen yu chuanbo pinglun* [Journalism and Communication Review]. 2024. No 4. Pp. 56–74. (In Chin.)

10. Shi Xiaoru, Su Xiaoliang. Songs as a medium for building a bridge of mutual understanding among Generation Z: innovative international communication paths of the China-Russia Youth Song Festival. *Zhongguo guangbo dianshi xuekan* [Chinese Journal of Radio and Television]. 2025. No 8. Pp. 72–76. (In Chin.)

11. Alghamdi E. A. Exploring social media for intercultural communication among international students in Chinese universities. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*. 2021. Vol. 16. No 6. DOI: 10.3991/ijet.v16i06.20603.

12. Zhao Q., Petrov D. Large-scale online cross-cultural communication events on TikTok. *arXiv*. 2025. Available at: <https://arxiv.org/abs/2602.18549> (accessed: 24.04.2026).

13. Wang Yuyzhi. Intercultural communication in the social media era: adaptation strategies of Chinese cultural content for Russian audiences. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya* [World of Science, Culture, Education]. 2024. No 5 (108). Pp. 453–455. DOI: 10.24412/1991-5497-2024-5108-453-455.

14. Mamedov A. K.-O., Artemenko M. O. Digital subcultures as a new social phenomenon. *Ekonomika. Sociologiya. Pravo* [Economics. Sociology. Law]. 2025. No 2 (38). Pp. 84–92. DOI: 10.22281/2542-1697-2025-04-02-84-92. (In Russ.)

15. Samokhvalova A. G., Dmitruk L. A. Communicative difficulties in intercultural communication between Chinese and Russian students. *Yaroslavskij pedagogicheskij vestnik* [Yaroslavl Pedagogical Bulletin]. 2019. No 4. Pp. 86–94. DOI: 10.24411/1813-145X-2019-10456. (In Russ.)

16. Egunova A. A., Buketova E. A. Communicative tolerance in intercultural interaction of Russian and Chinese students. *Koncept* [Concept]. 2013. No 8 (24). Pp. 76–80. (In Russ.)

17. Guo Yanlei. Interaction of cultural identity of Chinese and Russian youth in social media perspective. *Guoji luntan* [International Forum]. 2024. No 6. Pp. 34–49. (In Chin.)

18. Liu Y., Zhao S. Image of Russia in Chinese youth network discourse. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. 2020. Vol. 95. DOI: 10.15405/epsbs.2020.08.95.

19. Huang Siyi. Contextual features of cultural short videos on CGTN Russian-language channel. *Xinwen yanjiu daokan* [Journalism Research Guide]. 2024. No 15. Pp. 89–92. (In Chin.)

20. Zhou S., Zhang Z. Perception of Russia by contemporary Chinese student youth. *Mir russkogovoryashchikh stran* [World of Russian-Speaking Countries]. 2020. No 2 (4). Pp. 5–25. (In Russ.)

21. Li H. Global communication of Chinese culture in the digital era. *Chinese Journal of Communication*. 2022. Vol. 15. No 3. DOI: 10.1080/17544750.2022.203.

22. Wang Yu. Intercultural communication in the social media era: adaptation strategies of Chinese cultural content for Russian audiences. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya* [World of Science, Culture, Education]. 2024. No 5 (108). Pp. 453–455. DOI: 10.24412/1991-5497-2024-5108-453-455.

23. Xu Qidong. Analysis of intercultural communication problems in works of Chinese scholars. *Verkhnevolzhskij filologicheskij vestnik* [Upper Volga Philological Bulletin]. 2024. No 3 (38). Pp. 250–261. DOI: 10.20323/2499-9679-2024-3-38-250. (In Russ.)

24. Zhao Qiuye, Chen Meiyu. Immersive digital platforms and training of Russian-language intercultural specialists (China-Russia case). *Zhongguo eyu jiaoxue* [Russian Language Teaching in China]. 2024. No 3. Pp. 45–52. (In Chin.)

25. Liu Xinxin. Current state of Chinese culture dissemination in Russian social media. *Wenhua chanye* [Cultural Industry]. 2025. No 12. Pp. 45–50. (In Chin.)

26. Chen Yuwei, Zhang Lei. Social network analysis of Russian-language dissemination of Chinese cultural symbols on TikTok. *Guoji chuanbo* [International Communication]. 2024. No 3. Pp. 58–75. (In Chin.)

27. Li Qian, Liu Qian, Liu Yuhan. Influence of interactive digital media on intercultural learning of international students. *Zhongguo wangluo chuanbo yanjiu* [Chinese Internet Communication Studies]. 2025. No 2. Pp. 78–95. (In Chin.)

Сведения об авторе

Ли Вэйвэй, аспирант, Белорусский государственный университет (Республика Беларусь, 220006, г. Минск, ул. Ленинградская, д. 20)

Information about the author

Li Weiwei, PhD student, Belarusian State University (20, Leningradskaya Street, Minsk 220006, Belarus)

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 13.05.2026

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 02.06.2026

Принята к публикации / Accepted for publication 11.06.2026