

На правах рукописи

Ян Хуэйжу

**Медиа Китая и России об инициативе «Один пояс и один путь»:
сравнительное исследование**

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва — 2024

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

Научный руководитель:

кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и истории журналистики филологического факультета РУДН **Базанова Анна Евгеньевна**

Официальные оппоненты: доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета РУДН, **Грабельников Александр Анатольевич**

- кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Романо-германские языки» факультета «Лингвистика» МГТУ им. Н.Э. Баумана, **Тё Ольга Евгеньевна**

Ведущая организация – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Тверской Государственный Университет (ТвГУ), кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью.

Защита диссертации состоится «28» июня 2024 г. на заседании диссертационного совета ПДС 0500 007 при Российском университете дружбы народов имени Патриса Лумумбы по адресу: 117198, Москва, ул. Миклухо - Маклая, д. 10/2, ауд.

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

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

Автореферат разослан «___» _____ 2024 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат филологических наук ПДС 0500.007

Н.Е. Расторгуева

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

В данной диссертации анализируются и сравниваются новостные публикации и другие выступления китайских и российских ведущих медиа на тему «Одного пояса и одного пути». В настоящее время, в условиях постепенного развития экономической глобализации и ускорения региональной экономической интеграции, страны Азии и Европы находятся на переломном этапе экономической трансформации и модернизации и нуждаются в дальнейшем стимулировании жизнеспособности внутри регионального развития и потенциала сотрудничества. В этих условиях в 2013 году председатель КНР Си Цзиньпин выдвинул стратегическую концепцию создания «Экономического пояса Нового Шелкового пути» и «Морского Шелкового пути XXI века», сокращенно - инициатива «Один пояс и один путь» (кит. 一帶一路). С постепенным продвижением инициативы «Один пояс и один путь» продолжают уточняться ее основные концепции и сотрудничество между Россией и Китаем постепенно углубляется. В 2015 году Китай и Россия совместно объявили 2016 и 2017 годы «Годами китайско-российских медиа обменов». Освещение темы «Одного пояса и одного пути» в российских медиа растет, и отношение к ней постепенно меняется в положительную сторону. Особенно во время проведения форума международного сотрудничества «Один пояс и один путь» освещение достигло беспрецедентного уровня по количеству и качеству медиа материалов.

Актуальность данного исследования связана с укреплением тесных отношений между Китаем и Россией на всех уровнях. На фоне динамично меняющихся вызовов и угроз, стоящих перед миром, значение российско-китайского стратегического партнерства растет с каждым днем. СМИ, как «четвертая сила» современного мира, являются неотъемлемой частью политической, экономической и культурной жизни общества и занимают доминирующее положение в развитии международных отношений. Освещение инициативы «Один пояс и один путь» как вида медиадискурса является важным каналом, который помогает странам мира понять инициативу и даже переосмыслить национальную идентичность Китая.

«Один пояс и один путь» проходит через континенты Азии, Европы и Африки, с одной стороны, включая в себя активный восточноазиатский экономический круг, с другой - развитый европейский экономический круг, а страны, расположенные посередине, имеют большой потенциал для экономического развития. В настоящее время на фоне всестороннего стратегического партнерства Китая и России, перед лицом глобализации новостей и распространения информации, а также диверсификации мнений, при продвижении инициативы китайские и российские медиа могут только наращивать свой потенциал по распространению международных новостей, в полной мере учитывать озабоченность и изменения в международном общественном мнении, уточнять целевое направление распространения новостей, использовать различные методы публикации и своевременно ориентироваться на них для создания благоприятного состояния общественного

мнения, чтобы инициатива «Один пояс и один путь» могла сыграть позитивную роль, чтобы достичь цели повышения эффекта распространения. Поэтому в контексте стыковки интересов обеих стран в рамках инициативы «Один пояс и один путь» данное исследование имеет актуальное значение для содействия развитию инициативы, создания общности интересов китайско-российских медиа, дальнейшего развития китайско-российских отношений, китайско-российского сотрудничества в области СМИ и содействия построению справедливого и разумного нового порядка и формирования международного общественного мнения.

Степень научной разработанности проблемы

Междисциплинарный характер исследования определил обращение автора к широкому спектру научно-теоретической литературы, в список которой вошли научные труды по теории журналистики, филологии, стилистике, имагологии, интернет-журналистике. В качестве **теоретической и методологической базы** исследования были использованы труды исследователей: W.Lippmann¹, В. Cohen², М. McCombs³ и D. Shaw⁴, E. Goffman⁵, R. Entman⁶, William A. Gamson⁷, Harold Lasswell⁸, P. Lazarsfeld⁹, М.Н. Грачев¹⁰, Carl Novland¹¹, Цзан Гожэнь¹², J. Fiske¹³, D. McQuail¹⁴, М.И. Алексеева и Е.М. Вартановой¹⁵, Н.Н. Богомолова¹⁶, Д.Брайант и С.Томпсон¹⁷, С.Галкина¹⁸, А.А. Грабельникова¹⁹, Bednarek M, Caple H²⁰, Pan Z, Kosicki G²¹, Ю.П. Буданцева²², М.Маклюэна²³. Рассмотрение проблем публикации об инициативе «Один пояс и один путь» опирается на исследования китайских ученых Ляо Янбяо²⁴, Чжоу

¹Lippmann W. Public Opinion. – Shanghai Century Press – 2006. 296 p.

² Cohen B. The Press and Foreign Policy. – Princeton University Press – 2015. 300 p.

³М. McCombs. Setting the agenda: The mass media and public opinion. – Polity Press. – 2008. 248 p.

⁴ Shaw D. McCombs M. The Agenda-Setting Function of the Mass Media // The Public Opinion Quarterly. – 1972. 36 (2). pp. 176 - 187.

⁵ Goffman E. Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. New York: Harper Collins Publishers. – 1974. 608 p.

⁶Entman R. How the media affect what people think: An information processing approach // The Journal of Politics. – 1989. 51(2). pp. 347-370.

⁷ Gamson, William A. Modigliani, Andre. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist. American Journal of Sociology – 1989. 95. pp. 1–37.

⁸Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society. The Process and Effects of Mass Communication. Urbana: University of Illinois Press – 1971. pp. 84-99.

⁹Lazarsfeld P. The People's Choice. New York: Columbia University Press. – 1968. 178p.

¹⁰ Грачев М. Н. Политическая. Политическая система. Политическая коммуникация. – М.: НОУ МЭЛИ, – 1999. – 166 с.

¹¹ Carl Novland. Communication and persuasion. New Haven: Yale University Press. – 1953. 315p.

¹²Цзан Гожэнь. Новости медиа и информационные источники - дискурс о медиа-фрейминге и конструировании истины. Тайбэй: Книгоиздательство Санмина, – 1999. С.32. (臧国仁. 新闻媒体与消息来源—媒介框架与真实建构之论述)

¹³Fiske J. Introduction to Communication Studies. New York : Routledge. – 1990. 203p.

¹⁴ McQuail D. Mass communication theory. Calif. : Sage Publications. – 2010. 621p.

¹⁵ Алексеева, М.И., Вартанова, Е.М. Средства массовой информации России: СМИ и власть, правовые основы. Учеб. Пособие для вузов / М.И. Алексеева, Е.М. Вартанова; под общ. ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект-Пресс, 2006.

¹⁶ Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. – М.: Логос, 2007.

¹⁷ Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2008.

¹⁸Галкин С. Техника и технологии СМИ. – М.: Вильямс, 2006.

¹⁹ Грабельников А.А. СМИ постсоветской России. Издательство ун-та дружбы народов. - М: Ун-т дружбы народов, 1998.

²⁰ Bednarek M. Caple H. Why do news values matter? Towards a new methodological framework for analysing news discourse in Critical Discourse Analysis and beyond // Discourse & Society. – Барселона. – 2014 25(2). – С.135-158.

²¹Pan Z. Kosicki G. Framing Analysis: An approach to news discourse // Political Communication. – Абингдон: Taylor & Francis. – 1993, 10(1). – С.55-75.

²² Буданцев Ю.П. Теория и практика журналистики и массовых информационных процессов. – М., 1993. – 75 с.

²³ Маклюэн М. Понимание медиа. – М.: Кучково поле, 2018. – 464 с.

²⁴ Ляо Янбяо. Анализ рамок внешнеэкономических новостных материалов - на основе контент-анализа публикации «Одного пояса и одного пути» в зарубежном издании газеты «Жэньминь жибао» // Распространение и авторское право. – 2015. (11). – С.171-172. (廖杨标. 对外经济新闻报道框架分析-基于《人民日报》海外版«一带一路»报道的内容分析)

Цуй²⁵, Айкэжэмуцзян·Айниваэр²⁶, Туэрсунь·Айбай²⁷, Ван Вэйвэй²⁸, Чэнь Лу²⁹, Лю Пэй³⁰, Сюй Цзин³¹, Сюй Сиян³², Цзян Аймин³³, В.МсNair³⁴, W.LanceBennett³⁵, Чжан Цзиньма³⁶, Син Синь³⁷ и др., их исследования посвящены формам освещения и коммуникационным стратегиям в контексте «Одного пояса и одного пути»; в работах Дань Бо³⁸, Чжоу Шуюй³⁹, Ян Ян⁴⁰, E.Aizhan⁴¹, S. Zhanna⁴², Ван Ся,⁴³ Фу Сюэянь⁴⁴, Ли Ванин, Лю Шуин, Ван Хунли⁴⁵ и других авторов путем сравнения новостных материалов Китая и других стран глубоко изучены различия между публикациями разных стран и выдвинуты ряд предложений по их оптимизации, которые имеют определенное

²⁵ Чжоу Цуй. Кан Цзянь. Как американские основные СМИ формируют медиафреймы для инициативы «Один пояс и один путь»// современная коммуникация. – 2016 (6) . – С. 38-41. (周翠. 康健. 美国主流媒体如何为«一带一路»构建媒介框架. 现代传播)

²⁶ Айкэжэмуцзян·Айниваэр. Взаимодействие газет основных СМИ и Интернета: исследование новостных материалов по теме «Один пояс и один путь»// Справочник по журналистике – 2015. 6 (23). – С.17. (艾克热木江·艾尼瓦尔. 主流媒体报网互动关于«一带一路»的新闻报道研究)

²⁷ Туэрсунь·Айбай. В рамках стратегии «Один пояс и один путь» в новостном материале делается акцент на повторном захвате//Китайский журналист. – 2015.(12). – С.38-39. (吐尔孙·艾拜.«一带一路»战略下, 新闻报道关注点、重点的再把握)

²⁸ Ван Вэйвэй. Шао Пэйжэнь. Современная ситуация и прорыв «Одного пояса и одного пути» Журналистика и коммуникационные исследования // Издательство Китая. – 2019(06). – С.43-47. (王蔚蔚.邵培仁.«一带一路»新闻传播研究现状与突围)

²⁹ Чэнь Лу. Как правильно освещать новости культуры «Одного пояса и одного пути»//Исследование распространения – 2017. 1(05). – С.26. (陈璐.如何做好«一带一路»文化新闻报道)

³⁰ Лю Пэй. Исследование освещения «Одного пояса и одного пути» в СМИ провинции Хунань - в центре внимания «одна газета, один канал и одна сеть». – Хунань:Хунаньский педагогический университет. – 2018. 86 с. (刘佩. 湖南省级媒体«一带一路»报道研究 —以«一报一台一网»为中心)

³¹ Сюй Цзин. Медиа-конструирование и представление вопросов «Одного пояса и одного пути»: сравнительное исследование на примере газет People'sDaily и ChinaDaily. – 2017. 97с. (徐精.«一带一路»议题的媒体建构和呈现 —基于人民网与中国日报网的比较研究)

³² Сюй Сиян. «Один пояс и один путь» и будущее Китая. – Пекин: изд-во Китайского социальных наук. – 2016. 254 с. (徐希燕.«一带一路»与未来中国)

³³ Цзян Аймин. У Миньсу. Международные новостные репортажи. – Пекин: изд-во Коммуникационного университета Китая. – 2011. 380 с. (江爱民. 吴敏苏. 国际新闻报道)

³⁴ McNair V. An Introduction to Political Communication. New York : Routledge. – 2003. 250 p.

³⁵ LanceBennett W. News: The Illusion of Politics. New York : Longman. – 2003. 295p.

³⁶ Чжан Цзиньма. Анализ государственной политики: Концепция. Процессы. Методология – Пекин: изд-во Народного . – 2004. 806с. (张金马. 公共政策分析: 概念.过程.方法)

³⁷ Син Синь. Ли Ин. «Один пояс и один путь» в новых данных по освещению в СМИ // Исследование языковой политики и планирования. – 2016. 3(02). С.22-30. (邢欣,李影. 新媒体报道数据中的«一带一路»)

³⁸ Дань Бо. Проблемы и методы сопоставления китайских и западных новостей//Журналистика и коммуникационные исследования. – 2013. 20(09). С.33-49. (单波. 中西新闻比较的问题与方法)

³⁹ Чжоу Шуюй. Ли Сини. Сравнение освещения экономических новостей в Китае и на Западе//журналист молодости. – 2014. (06). с.40-41. (周树雨. 李行一. 中西经济新闻报道比较.)

⁴⁰ Ян Ян. Сравнительное исследование публикаций в китайских и зарубежных СМИ на примере ChinaDaily и TheTimes // Зарубежный английский язык. – 2016. (12). С.225-226. (杨洋. 中外媒体报道对比研究——以《中国日报》和《泰晤士报》为例)

⁴¹ AizhanE. Освещение о китайско-кыргызском сотрудничестве в Кыргызстане в контексте «Одного пояса и одного пути». – Сучжоу: Университет Сучжоу. – 2019. (ERKINOVA AIZHAN.«一带一路»背景下的吉尔吉斯斯坦中吉合作报道)

⁴² ZhannaS. Изменения в распространении и объеме освещения в основных СМИ инициативы «Один пояс и один путь» в Казахстане 2013-2018 гг. – Сучжоу: Университет Сучжоу. – 2019. (扎娜. 2013-2018年哈萨克斯坦主流媒体关于«一带一路»倡议报道分布及数量变化)

⁴³ Ван Ся. Исследование освещения инициативы «Один пояс и один путь» на сайте RussiaToday. – Пекин: Пекинский университет иностранных языков. – 2018. (王霞.«今日俄罗斯»电视台(RT)对«一带一路»的报道研究)

⁴⁴ Фу Сюэянь. Сравнительное исследование освещения инициативы «Один пояс и один путь» в зарубежных изданиях People'sDaily и AsahiShimbun // Распространение новостей. – Хэйлуцзян. – 2019(04). – С.52-53. (伏学燕.《人民日报海外版》与《朝日新闻》«一带一路»倡议报道的对比研究)

⁴⁵ Ли Ванин. Лю Шуин. Ван Хунли. Исследование отношения к китайским и американским новостям на английском языке с точки зрения теории оценки - на примере освещения форума международного сотрудничества «Один пояс и один путь» // Организация экономического сотрудничества и развития. – Ганьсу. – 2019(10). – С.81-84. (李王莹. 刘书凝. 王宏俐. 评价理论视角下中美英语新闻中的态度研究——以«一带一路»国际合作高峰论坛报道为例)

справочное значение для построения программы новостных публикаций «Одного пояса и одного пути» Китая и России. С точки зрения России особенности содержания публикаций ведущих СМИ рассмотрены в работах М.С.Бацанина⁴⁶, О.И.Калинина⁴⁷, А.Н.Купинова⁴⁸. Некоторые авторы уделяют внимание сравнительному анализу публикаций основных медиа в стране и за рубежом и распространению международных новостей: М.Г.Мартыненко⁴⁹, Д.Б.Сайфуллаев⁵⁰, Г.В.Вирен⁵¹ и прочие.

Кроме того, значимыми для исследования являются труды А.А.Тертычного⁵², В.А.Буряковской⁵³, И.М.Дзялошинского⁵⁴, Ба Лань⁵⁵, Лю Сюбин⁵⁶, Цюй Чжанвэнь⁵⁷, Ван Сяохуа⁵⁸, Го Цингуан⁵⁹, Пэн Лань⁶⁰, Дун Лу⁶¹, Lev Manovich⁶², Ван Цзяньхуа⁶³, Дуань Пэн⁶⁴, Г.Н. Трофимовой⁶⁵, С.В.Чугрова⁶⁶, Ю.П.Буданцева⁶⁷, Т.А.Добросклонской⁶⁸ и других авторов в области теории массовых коммуникаций, теории межкультурной коммуникации, теории фрейминга новостей, функционирования современного языка СМИ, специфики китайской и русской лингвокультур, жанровых особенностей журналистских текстов.

Объект исследования – эмпирические материалы исследования об

⁴⁶ Бацанина М.С. Информационный анализ лент деловых новостей // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2013. С.135-141.

⁴⁷ Калинин О.И. Опыт проведения контент-анализ политических медиатекстов (на примере китайского языка)//Политическая лингвистика. – 2016(2). С.65-73.

⁴⁸ Купинова А.Н. Некоторые аспекты анализа контента «Российской газеты» и «Афтенпостен»// Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2014. - № 1. С.28-35.

⁴⁹ Мартыненко М.Г. Сравнительный анализ телевизионных новостных выпусков (русская, английская, французская версии телеканала «Euronews») // Политическая лингвистика. – 2013(2)44. С.155-158.

⁵⁰ Сайфуллаев Д.Б. Информационное обеспечение внешней политики государства: сравнительный анализ опыта России и США // Вестник Поволжской академии государственной службы. – 2014(1)40. С.24-28.

⁵¹ Вирен Г.В. Современные медиа. Приемы информационных войн.– М.: Аспект-Пресс, – 2013. 126 с.

⁵² Тертычный А.А. Жанры периодической печати, Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, – 2000. 310 с.

⁵³ Буряковская В.А. Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе (на материале русского и английского языков): монография. – Вол-гоград: Изд-во ВГСПУ «Перемена», – 2014. 228 с.

⁵⁴ Дзялошинский, И.М. Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: глобальный и региональный аспекты : в 2-х т. Т. I. Монография. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2017. 366 с.

⁵⁵ Ба Лань. Теория массовой коммуникации. – Пекин: Изд-во Университета Цинхуа, 2004. 402 с. (巴兰. 大众传播理论)

⁵⁶ Лю Сюбин. О знакомстве с западной журналистикой. – Ухань: Изд-во Уханьского университета, 2011. 396 с. (刘修兵. 西方新闻理论概论)

⁵⁷ Цюй Чжанвэнь. Теория и применение рамок. – Пекин: Национальное издательство оборонной промышленности, 2009. 335 с. (曲长文. 框架理论及应用)

⁵⁸ Ван Сяохуа. Повестка дня СМИ и общественное восприятие: эмпирическое исследование влияния коммуникации на людей. – Пекин: Народное издательство, 2012. 241 с. (王晓华. 媒介议程与公众认知: 传播对人影响的实证研究)

⁵⁹ Го Цингуан. Курс по коммуникации. – Пекин: Изд-во Ренминского университета Китая, 2011. 300 с. (郭庆光. 传播学教程)

⁶⁰ Пэн Лань. Введение в интернет-коммуникации. – Пекин: Изд-во Ренминского университета Китая, 2011. 364 с. (彭兰. 网络传播概论)

⁶¹ Дун Лу. Основные теории и концепции коммуникации (2-е издание).– Пекин: Изд-во Пекинского университета, 2016, 548 с. (董璐. 传播学核心理论与概念 (第二版))

⁶² Lev Manovich. The Language of New Media. Перевод: Чэ Линь. – Гуйчжоу: Народное издательство Гуйчжоу, 2020. 400 с.

⁶³ Ван Цзяньхуа. Исследование построения режима выражения языка в правительственных новых СМИ. – Чжэцзян: Изд-во Чжэцзянского университета, 2020. (王建华. 政务新媒体语言表达模式建构研究)

⁶⁴ Дуань Пэн. Основы коммуникации: история, рамки и расширение. – Пекин: Изд-во Китайского университета коммуникаций, 2006. 321с. (段鹏. 传播学基础: 历史、框架与外延)

⁶⁵ Трофимова Г.Н., Чеснокова Н.И. О специфике языка, стиля и жанра СМ-текста как инструмента социального маркетинга // Вопросы теории и практики, издательство Грамота (Тамбов), том 2, № 9, С. 154-158.

⁶⁶ Чугров С.В. Трансформация общественного мнения в эпоху глобальной нестабильности // Коммуникология. Том 5. №4. С.25-32.

⁶⁷ Буданцев Ю.П. Социология массовой коммуникации : Учеб. пособие - Москва : Изд-во МНЭПУ, 1995. - 111с.

⁶⁸ Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики // Медиалингвистика, издательство Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций (Санкт-Петербург), № 1 (6), С. 45-57.

инициативе «Один пояс и один путь» в ведущих китайских медиа - информационных агентствах «Синьхуа», «China News Service» и газете «Жэньминь жибао», и в ведущих российских медиа - «ТАСС», «РИА Новости» и газете «Коммерсантъ».

Предмет исследования – медиаметрические принципы реализации связей с общественностью и коммуникационных стратегий российскими и китайскими медиа в контексте инициативы «Один пояс и один путь» с точки зрения эффективности имиджевой политики и особенности освещения инициативы в области объема, контента и жанров.

Хронологические рамки. В контексте данного исследования взято время проведения трёх сессий форума международного сотрудничества «Один пояс и один путь» (т.е. 14-15 мая 2017 года, 25-27 апреля 2019 года и 17-18 октября 2023 года) в качестве центральной временной точки, время с 1 апреля по 30 июня 2017 года, 1 марта по 31 мая 2019 года, 1 сентября по 30 ноября 2023 года. Форум международного сотрудничества «Один пояс и один путь» - это саммит высшего уровня инициативы «Один пояс и один путь» с момента ее создания, а также самое высокопоставленное и крупное многостороннее дипломатическое мероприятие, инициированное и проводимое Китаем с момента образования Нового Китая⁶⁹. Форум представляет собой краткий отчет о процессе строительства «Одного пояса и одного пути», который отражается в различных экономических и социальных аспектах, применение на практике концепции взаимовыгодного сотрудничества и общности судьбы⁷⁰. А непосредственное участие СМИ из разных стран делает результаты развития «Одного пояса и одного пути» видимыми в мире и влияет на дальнейшее отношение стран мира к «Одному поясу и одному пути», а также на тенденцию развития «Одного пояса и одного пути», этим и объясняется выбор временных рамок при проведении исследования. Кроме того, из-за эпидемий и других факторов, между вторым и третьим форумами произошел четырехлетний перерыв, поэтому исходя из промежутка времени между первым и вторым форумом, для рассмотрения был выбран ещё один равноудаленный период: с 1 февраля по 30 апреля 2021 года - в качестве периода дополнительного исследования.

Цель данной диссертации - на основе сравнительного анализа публикаций китайских и российских ведущих медиа о проекте «Один пояс и один путь» выявить особенности, сходства и различия осуществления китайскими и российскими медиа продвижения государственной стратегии «Один пояс и один путь», а также специфические атрибуты медиадискурса, языковые средства и стили, чтобы определить направление и способ сотрудничества китайских и российских медиа в будущем.

Для достижения этой цели необходимо решение следующих **основных исследовательских задач:**

- определить концепцию «Одного пояса и одного пути», изучить

⁶⁹ Сюй Хуэйси. Отечественная дипломатия подчеркивает обаяние Китая. – Экономическая газета. – 12.10.2017(006)(徐惠喜. 主场外交彰显中国魅力)

⁷⁰Ся Сяньлян. Создание новых горизонтов для открытого, инклюзивного и устойчивого развития мировой экономики -- Эпохальное стратегическое значение инициативы «Один пояс и один путь»// FRONTIERS. – Пекин: Журнал «Народный форум». – 2017(5). С.6-20. (夏先良. 开创世界经济开放、包容和可持续发展新局面—«一带一路»的划时代战略意义)

становление и развитие инициативы, особенно проанализировать развитие китайско-российского сотрудничества в области медиа в рамках «Одного пояса и одного пути»;

- провести контент-анализ эмпирического материала китайских и российских медиа об «Одном поясе и одном пути» для анализа с точки зрения контента и тематики, на основе теории журналистского фрейминга Цзан Гоцзэна, в китайских и русских медиатекстах выявить языковые средства реализации, а также положительные и отрицательные черты публикаций;

- выявить особенности текстов публикаций российских и китайских медиа об «Одном поясе и одном пути», описать способ освещения инициативы российскими и китайскими медиа, определить важнейшие языковые средства медиадискурса, особенности стилистических приемов и доминирующий способ осмысления российскими и китайскими медиа проекта, исходя из журналистской точки зрения;

- сравнить сходства и различия текстов китайских и российских медиа об «Одном поясе и одном пути», выявить факторы сотрудничества китайской и российской журналистики и возможности развития общего медиадискурса, а также его роль в содействии углублению отношений между двумя странами;

- выявить возможности и вызовы, с которыми сталкиваются китайские и российские основные медиа в рамках инициативы «Один пояс и один путь», а также определить влияние китайско-российского медиа-сотрудничества и коммуникации на формирование имиджа великой державы и повышение уровня международного дискурса;

- по результатам анализа установить основные модели развития сотрудничества в российско-китайской медиасреде и дать рекомендации по российско-китайскому медиа сотрудничеству.

При решении вышеперечисленных задач были использованы следующие основные **методы**: комплексное использование общенаучных методов сравнения, описания, наблюдения, интерпретации, классификации, обобщения, мониторинга и типологизации, а также методов структурного, лексико-семантического, стилистического, статистического, функционального, контекстуального анализа и контент-анализа медиатекста.

Междисциплинарный характер изучаемых задач вызвал плюрализм методов. Методологическая основа исследования тесно связана с социологическими, философскими и другими подходами. Обладая междисциплинарным синтезом в качестве основной методологической особенности, она имеет высокую теоретическую и прикладную направленность⁷¹. Междисциплинарный подход, сочетающий в своей основе принципы исследования различных наук, был применен не только с целью выявления специфических черт и характерных особенностей изучаемого явления, но и составления полной картины исследуемой сущности.

Гипотеза исследования состоит в том, что публикации российских и китайских медиа об инициативе «Один пояс и один путь» являются

⁷¹ Дин Хэгэнь. Теории анализа дискурса СМИ // Журналистика и коммуникационные исследования. – Пекин: Изд-во общественно-научной литературы. – 2004(1). – С.37-42+95 (丁和根. 大众传媒话语分析的理论、对象与方法)

специфической частью китайско-российского медиасотрудничества, а создаваемый в них образ обусловлен особенностями жанра, тематики, языка и стиля медиатекстов. С помощью специальных атрибутов медиадискурса, языковых средств и стилистических приемов он помогает совершенствовать международный дискурс и содействовать дружественному развитию китайско-российских отношений.

Положения на защиту:

1. Динамичное развитие современных средств массовой информации и сотрудничество с зарубежными СМИ неразрывно связано с поддержкой и продвижением национальной политики.

2. Инициатива «Один пояс и один путь» имеет более глубокое значение, чем другие проекты международного экономического сотрудничества, так как касается не только экономики, но и политики, человеческих и инфраструктурных связей. При продвижении инициативы важно в полной мере учитывать озабоченность и изменения в международном общественном мнении и своевременно ориентироваться на них для создания благоприятного состояния общественного мнения, чтобы инициатива могла сыграть позитивную роль.

3. История развития китайско-российских отношений и особенности современной общественно-политической обстановки определяют направление и характеристики освещения «Одного пояса и одного пути» в российских и китайских медиа.

4. И российские, и китайские медиа пользуются фреймами для освещения «Одного пояса и одного пути», создавая их с помощью заголовков, использования особенностей языка и стиля, компоновки повествования. Освещение носит ярко выраженный официальный политический характер, эти медиа являются показательной платформой для планирования, продвижения и признания государственной и правительственной работы, в то же время обе стороны уделяют больше внимания экономическим аспектам сотрудничества в соответствии с целями инициативы. А разное тематическое распределение акцентов в медиатекстах оказывает влияние на понимание аудиторией процесса развития инициативы, тем самым побуждая к формированию своего национального взгляда.

5. В век информации ценность новостей пропорциональна скорости их распространения. Медиа улавливают социальную динамику, изменения в событиях и общественные интересы, а также своевременно сообщают о различных событиях, чтобы удовлетворить спрос общества на информацию. В процессе коммуникации об инициативе «Один пояс и один путь» участвует множество субъектов, таких как правительство, медиа, участники проекта и общественность, что обуславливает необходимость диверсификации субъектов коммуникации и синергии между ними. Но в связи с политическим, экономическим и дипломатическим характером самой темы, источниками публикации в обеих странах по-прежнему являются преимущественно официальные правительственные источники.

6. При освещении инициативы «Один пояс и один путь» китайские и

российские медиа демонстрируют жанры, стили и языковые особенности, которые сформировались под влиянием правил функционирования соответствующих систем, культурно-исторических особенностей и интересов двух стран. Среди них особый интерес вызывают характеристики медиадискурса, языковые и стилистические средства новостных материалов об инициативе «Один пояс и один путь», отражающие двусторонние отношения между Китаем и Россией, являющиеся визуальным воплощением китайско-российского всеобъемлющего стратегического партнерства.

Степень достоверности исследования обеспечивается обширной базой информационных источников, включающих традиционные и новые новостные медиа о РФ и КНР в их офлайн и онлайн версиях, таких как «Синьхуа», «China News Service» и «Жэньминь жибао» (Китай); «ТАСС», «РИА», «Коммерсантъ (Россия)».

Обоснованность результатов диссертационного исследования обеспечивается изучением как теоретических, так и методологических основ научного поиска. В работе были применены общеполитологические методы исследования, всесторонний анализ и синтез, что позволило решить поставленные научные задачи и убедительно доказать гипотезу и положения на защиту. Методология исследования основана на сочетании сравнительного и контрастивного методов, а также методов контент-анализа, стилистического и контекстуального анализа текстов.

Что касается материалов, ставших **эмпирической основой исследования**, то в процессе работы над темой было проанализировано более 3000 медиатекстов, посвящённых инициативе «Один пояс и один путь» и опубликованных в период с апреля 2017 по июнь 2017 г., с марта 2019 по май 2019 г., с февраля 2021 по апрель 2021 г., с сентября по ноябрь 2023 г.

При работе над темой помимо медиатекстов также были использованы данные Пресс-канцелярии при Госсовете Китая, Главного государственного управления по делам прессы, радио, кино и телевидения, отдела пропаганды ЦК КПК и информационного портала правительства Китая.

Научная новизна диссертации заключается в том, что в ней впервые:

- проведен комплексный анализ деятельности медиа Китая и России по продвижению и освещению проекта «Один пояс и один путь»;
- систематизированы данные исследования освещения темы «Одного пояса и одного пути» ведущими медиа Китая и России в период с 2017 по 2023 годы;
- проанализировано влияние пандемии COVID-19 и СВО на инициативу и её освещение. Изначально в программе исследования не было предусмотрено анализа факторов российско-украинского конфликта и эпидемии, однако эти события повлияли на процесс строительства «Одного пояса и одного пути» и, соответственно, на формирование повестки дня, связанной с ним;
- предложены рекомендации для эффективного совершенствования и повышения качества медиатекстов в рамках данной инициативы;
- проанализированы теоретические, структурно-содержательные, и социально-коммуникативные параметры построения дискурсивной системы китайско-российского медиасотрудничества;

– проведено сравнительно-аналитическое исследование особенностей контента и жанровой структуры медиатекстов китайских и российских СМИ об «Одном поясе и одном пути»;

– выявлены качественные характеристики и содержательные компоненты формирования имиджа Китая и России в публикациях об инициативе «Один пояс и один путь».

Теоретическая ценность исследования заключается в проведении автором междисциплинарных исследований на стыке теории массовых коммуникаций, теории межкультурных коммуникаций, теории фрейминга новостей, функционирования современного языка СМИ, специфики китайской и русской лингвокультур.

В работе проанализированы теоретические, структурно-содержательные, и социально-коммуникативные параметры построения дискурсивной системы китайско-российского медиасотрудничества. Автор уточняет теорию массовой коммуникации в контексте организации двустороннего взаимодействия между КНР и РФ как стратегическими партнёрами, реализует глубокий, всесторонний и подробный сравнительный аналитический обзор публикаций России и Китая в ракурсе обоснования их значимости для международно ориентированных медиа, а затем, основываясь на анализе существующей теоретической базы массовых коммуникаций, обобщает содержание и характеристики медиатекстов, что позволяет внести уточнения в теорию массовых коммуникаций.

Кроме того, полученные результаты могут быть задействованы при прогнозировании тенденций дальнейшего развития медиаконтента и стратегий взаимодействия с целевой аудиторией, а также могут быть использованы в образовательных программах, посвященных как теории журналистики и коммуникации, так и междисциплинарным гуманитарным наукам.

Практическая ценность исследования определяется тем, что материалы работы могут быть использованы в подготовке учебно-методических пособий по теории и практике международной журналистики, социологии, массовой коммуникации, связям с общественностью, современной журналистике, языке китайских и российских медиа, жанровой системе журналистских текстов, особенности интернет-СМИ для использования в практике преподавания журналистов, стилистики, лингвистики, русского и китайского языков как иностранных в вузах.

Результаты исследования будут полезны и журналистам-практикам, работающим в Китае и России, PR-специалистам, политологам, культурологам, специалистам по межкультурной коммуникации в рамках «Одного пояса и одного пути», специалистам в области интернет - коммуникаций, исследователям жанров, языка и стиля медиа, а также могут быть использованы в образовательных программах, посвященных как теории журналистики и коммуникации, так и междисциплинарным гуманитарным наукам.

Апробация результатов исследования. Главные результаты данного диссертационного исследования изложены в статьях и сообщениях в рамках научных конференций: Межвузовской научно-практической конференции «Актуальные проблемы медиапространства: от теоретических аспектов до

практической реализации» (Москва, РУДН, 2022); межвузовской научно-практической конференции «Журналистика и медиа эпохи глобальных перемен» (Москва, РУДН, 2023); Расширяя границы (Москва, РУДН, 2023).

По теме диссертации опубликовано 6 статей, в том числе **3 в российских рецензируемых журналах, входящих в список ВАК РФ и список РУДН:**

1) Ян Хуэйжу. Освещение темы «Один пояс и один путь» в СМИ, на примере агентства ТАСС // Litera. – 2023. – № 3. – С. 27-35.

2) Ян Хуэйжу. Исследование освещения темы «Один пояс и один путь» в газете «Жэньминь жибао» с точки зрения теории фрейминга» // Журналист. Социальные коммуникации. – 2023. Т. 2(50). – С. 31-35.

3) Ян Хуэйжу, Базанова А. Е. Конструирование образа «Одного пояса и одного пути» в российских медиа (по данным исследования материалов газеты «Коммерсантъ» // Глобальный научный потенциал. – 2024. № 3. – С. 260-263.

Научные статьи, опубликованные в других изданиях:

4) Ян Хуэйжу. «Исследование репортажей о «Годе китайско-российских медиаобменов» в китайских и российских медиа» // Актуальные проблемы медиапространства: от теоретических аспектов до практической реализации. – М.: РУДН, 2022. – С. 489-499.

5) Ян Хуэйжу. Анализ интернет-публикаций российских медиа о проекте «Один пояс и один путь» (на примере «РИА Новости») // Журналистика и медиа эпохи глобальных перемен. – М.: РУДН, 2023. Т. 2.– С. 394-402.

6) Ян Хуэйжу. Анализ освещения китайскими медиа инициативы «Один пояс и один путь» (на примере китайской службы новостей) // Расширяя границы. – М.: РУДН, 2023.

Самостоятельный вклад диссертанта заключается в том, что впервые проведен комплексный анализ освещения темы «Одного пояса и одного пути» в ведущих СМИ Китая и России. С учетом результатов проекта «Годы китайско-российского медиаобмена» в работе выдвигаются конкретные предложения по эффективному совершенствованию методологии создания текстов по теме инициативы и построению системы китайско-российского медиасотрудничества и коммуникации.

Предложенные в диссертации методы и технологии при российско-китайском медиа сотрудничестве по распространению инициативы «Один пояс и один путь» можно рассматривать как приращение теоретико-методологического знания в сфере создания позитивных образов, их продвижения средствами массовой информации и новыми медиа. В работе выявлены новые эмпирические данные теоретического уровня, которые формируют концептуальную и методологическую основу для исследования инициативы «Один пояс и один путь», выходящей на мировую арену, и её позитивного имиджа, что может быть использовано в качестве нового метода для внутреннего и международного сотрудничества в области коммуникации и построения системы дискурса.

Список литературы включает 230 наименований: справочники и нормативные документы, диссертации и авторефераты, книги и статьи на русском, китайском и английском языках, онлайн- и офлайн-ресурсы.

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, трёх глав, заключения, списка литературы.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Во **Введении** обосновывается актуальность и новизна темы, анализируется степень ее изученности, определяются цель и основные задачи, обосновывается теоретическая и практическая значимость исследования.

Первая глава «Концепция инициативы «Один пояс и один путь» и Год китайско-российских медиа обменов» посвящена концепции «Один пояс и один путь» и основным элементам ее развития с теоретической точки зрения. Мы подробно останавливаемся на стратегическом значении «Одного пояса и одного пути», проведении в его контексте «Годов российско-китайских медиа обменов» и проведении форума международного сотрудничества «Один пояс и один путь», что обеспечивает теоретическую основу и практическую базу для сравнительного исследования российских и китайских публикаций.

Инициатива «Один пояс и один путь» - это новая модель международного экономического сотрудничества и развития, предложенная председателем КНР Си Цзиньпином в 2013 году, которая является крупной инновацией и конкретным действием по активизации мировой экономики и реформированию нового мирового экономического порядка. Однако инициатива «Один пояс и один путь» не ограничивается только экономической и политической сферами, но и включает в себя культурные обмены между Китаем и остальным миром. Она основана на целостном и комплексном подходе, содействии всестороннему и скоординированному развитию регионов, укреплении связей между странами и регионами, расширении открытости стран, развитию сотрудничества между странами, преобразовании ресурсных преимуществ в экономические, что способствует социальному развитию и прогрессу, созданию новой ситуации и новой эры открытого, инклюзивного и устойчивого развития мировой экономики.

Современный смысл инициативы «Один пояс и один путь» сегодня еще шире, она продолжает исторические традиции, наследует и сублимирует опыт древних цивилизаций, способствует расширению обменов и сотрудничества между Китаем и другими странами мира во многих областях, включая экономику и культуру. Эта инициатива не только охватывает все формы и уровни развития, но и не имеет обязательного механизма сотрудничества, заключается в том, чтобы найти общие интересы между странами и развивать обмены и сотрудничество в форме, удобной для всех, с целью взаимного дополнения деятельности преимуществами.

Углубление продвижения высококачественного совместного строительства «Одного пояса и одного пути» в СМИ является не только важным способом для демонстрации результатов, но мостом и связующим звеном для укрепления дружбы, играет незаменимую и важную роль в распространении информации, укреплении взаимного доверия и формировании консенсуса. В контексте инициативы «Один пояс и один путь» многогранные и многоуровневые обмены и сотрудничество между российскими и китайскими

медиа привели к долгосрочному распространённому эффекту и увеличили силу влияния и обоюдного интереса друг к другу людей наших стран. В течение «Года российско-китайского медиа обменов» президент России Владимир Путин положительно отозвался о сотрудничестве медиа двух стран, и отметил, что медиа сотрудничество не только способствует укреплению международного статуса России и Китая, но и вносит важный вклад в создание атмосферы взаимопонимания и доверия между Россией и Китаем⁷². Проведение «Года медиа обменов» обеспечивает широкие возможности для практического сотрудничества российских и китайских медиа, создает сообщество интересов российских и китайских медиа, играет важную роль в дальнейшем продвижении развития российско-китайского всеобъемлющего стратегического партнерства, укреплении дружбы между двумя народами и содействии строительству справедливого и разумного международного общественного порядка и мнения. СМИ являются не только регистратором и рассказчиком инициативы, но и участником и пропагандистом строительства «Одного пояса и одного пути», чтобы укрепить фундамент общественного мнения для качественного строительства и создать благоприятную атмосферу общественного мнения.

На форуме международного сотрудничества «Один пояс и один путь» представители стран-участниц и международных организаций провели откровенный обмен мнениями и глубокие дискуссии, согласовали свои позиции, рассмотрели историю и заглянули в будущее, при этом дружба становилась все глубже, отношения все теснее и круг международных друзей - все шире и шире. Форум международного сотрудничества не только закрепил консенсус по принципам, но и скоординировал будущее сотрудничество в развитии, тем самым показав, что этот саммит по сути является типичной платформой для обмена и распространения информации.

При всестороннем освещении форума международного сотрудничества «Один пояс и один путь» в СМИ мир не только лучше увидел форум, но и лучше понял значение инициативы, глубже осознал конкретные пути и способы сотрудничества между своими странами и «Одним поясом и одним путем», и был достигнут большой консенсус в отношении сотрудничества в рамках проекта.

Во второй главе «Контент и темы публикаций медиа России и Китая об инициативе «Один пояс и один путь»» собраны и проанализированы контент и темы публикаций в трех влиятельных российских медиа - «ТАСС», «РИА Новости» и газете «Коммерсантъ», и трех ведущих китайских медиа - информационных агентствах «Синьхуа», «China News Service» и газете «Жэньминь жибао», в период с 1 апреля по 30 июня 2017 года, 1 марта по 31 мая 2019 года, 1 февраля по 30 апреля 2021 года и 1 сентября по 30 ноября 2023 года. А также внесены конкретные предложения по содержанию контента и темам.

⁷² Шэнь Лихуа. Ли Шухуа. Юй Сяоцин и Ван Ци: Анализ отношения к Китаю со стороны российских СМИ и общественности. – Хэйлунцзян. Российские исследования. – 2019. – С. 23. (沈莉华.李淑华.于小琴.王琦. 俄罗斯媒体和民众对华态度分析)

Российские и китайские медиа установили фрейм для освещения «Одного пояса и одного пути» с помощью заголовков, использования языка и стиля, компоновки повествования. С точки зрения структурных фреймов, пространственно-временные нарративы и партисипативные нарративы являются доминирующими конструктами в медиа обеих стран. Использование стратегий журналистского повествования является ключевым моментом для создания хорошей истории и успешного журналистского повествования⁷³. Журналистика по своей природе склонна объяснять мир с помощью нарративных стратегий⁷⁴. С точки зрения стиля дискурса освещение «Одного пояса и одного пути» соответствует объективному, позитивному и прогрессивному стилю дискурса.

По тематике публикаций, освещение основных медиа России и Китая носит ярко выраженный официальный политический характер, эти медиа являются показательной платформой для планирования, продвижения и признания государственной и правительственной работы, в то же время обе стороны уделяют больше внимания экономическим аспектам сотрудничества, причина этого заключается в том, что инициатива «Один пояс и один путь», в первую очередь, основана на экономическом и торговом сотрудничестве, и ее практические действия вращаются вокруг экономической и торговой деятельности. Говоря о сравнении, необходимо отметить, что освещение темы «пяти связующих элементов» в китайских медиа было более равномерным, а российские медиа больше сосредоточились на темах «бесперебойной торговли» и «свободном передвижении капитала» и меньше на теме «близость между народами». Такое тематическое распределение оказывает влияние на понимание аудиторией реального развития «Одного пояса и одного пути», тем самым побуждая к формированию своего взгляда.

Стоит отметить, что до вспышки пандемии COVID-19 рамки публикаций китайских и российских медиа об «Одном поясе и одном пути» были в основном сосредоточены на конкретном ходе реализации проекта. После возникновения пандемии COVID-19 мировая экономика испытала огромный удар, а блокирование связи между глобальным спросом и предложением привело к более глубокой и масштабной трансформации глобальной промышленной цепочки, цепочки поставок, международной экономической и торговой системы, нового международного порядка и системы глобального управления⁷⁵. Из публикаций видно, что в «новой исторической точке старта» появление пандемии COVID-19 привносит в «Один пояс и один путь» более разносторонние голоса помимо темы «пяти связующих элементов»⁷⁶.

⁷³ Ху Вэйхуа. Хуан Синьцзин. Стратегии новостного повествования в международной коммуникации: Исследование освещения событий «Одного пояса и одного пути» в китайских и британских СМИ // Изучение иностранных языков. – Хубэй. – 2021(4). – С. 79-91. (胡伟华. 黄欣菁. 国际传播中的新闻叙事策略: 以中英媒体«一带一路»新闻报道为例)

⁷⁴ Nora Berning. Narrative Means to Journalistic Ends. – Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden. – 2011. – 158p.

⁷⁵ Си Лайван. Несколько мнений о международной ситуации в «постэпидемическую эпоху» – О сохранении и новом значении темы эпохи мира и развития // Тихоокеанский Вестник. – 2021.Т.29. № 3. – С.11. (席来旺. 对«后疫情时代»国际大势的几点看法—兼论和平与发展时代主题的持久性与新内涵)

⁷⁶ Чжун Синь. Цзинь Шэнцзюнь. Рамки публикации информации о популярности «Одного пояса и одного пути» в международных англоязычных СМИ в контексте эпидемии: исследование на основе больших данных // Журналистика и коммуникационное обозрение. – Ухань.– 2022. Т.75. №5. – С.15-36. (钟新. 金圣钧. 疫情背景下国际主流英文媒体«一带一路»

Что касается освещения действий стран, то хотя медиа двух стран фокусируются на своих странах, но все они сосредоточены на экономическом и торговом международном сотрудничестве, в основном отражают подписание соглашений о сотрудничестве между своими странами и странами и регионами вдоль маршрута, строительство и инвестирование проектов сотрудничества и подключение инфраструктуры, что находится в соответствии с целями инициативы «Один пояс и один путь».

Наконец, на основе проведенного анализа мы предлагаем российским СМИ обратить внимание на увеличение доли социальных и культурных тем в новостной рамке, чтобы дать аудитории возможность получить всестороннее представление об «Одном поясе и одном пути»; а китайским СМИ, вместо того чтобы сосредоточиться на позитивной пропаганде, следует хорошо поработать над разъяснением сомнений и путаницы, чтобы уменьшить появление негативных новостей.

В третьей главе **«Сравнительно-сопоставительный анализ контента, источников информации и жанров публикаций медиа России и Китая об инициативе «Один пояс и один путь»»** рассматривается количество, источники и жанры публикаций об инициативе «Один пояс и один путь» в шести вышеперечисленных медиа, а также даются соответствующие рекомендации для каждого из них.

Количество публикаций в медиа Китая и России имеет одинаковую тенденцию. Количество публикаций российских и китайских медиа об «Одном поясе и одном пути» в общем растет во время крупных международных мероприятий. Однако количество публикаций в китайских медиа гораздо выше, чем в российских, а содержание их также более обширно и публикуется быстрее. Разница в количестве публикаций в основном заключается в диапазоне аудиторий: китайские медиа помимо внутренней аудитории ориентируются на 54 страны, расположенные вдоль «Одного пояса и одного пути», и 32 страны, не расположенные вдоль маршрута. А согласно результатам анализа, проведенного в предыдущей главе, российские медиа фокусируются в основном на странах, которые имеют тесное экономическое сотрудничество с Россией, таких как Китай, Беларусь и Казахстан.

Что касается источников новостей, российские и китайские медиа имеют широкий спектр источников для публикации «Одного пояса и одного пути», это связано с тем, что в процессе коммуникации «Одного пояса и одного пути» участвует множество субъектов, таких как правительство, медиа, участники проекта и общественность, что обуславливает необходимость диверсификации субъектов коммуникации и синергии между ними. Но в связи с политическим, экономическим и дипломатическим характером самой темы, источниками публикации в обеих странах по-прежнему являются преимущественно официальные правительственные источники, дополняемые другими.

Наконец, с точки зрения темы, распределение жанров публикаций российских и китайских основных медиа об «Одном поясе и одном пути»,

похоже, но не совсем совпадает. У обеих сторон преобладают информационные «заметки». Категория «заметок» обычно сообщает информацию в качестве своей основной цели, текст лаконичен и факты сообщаются довольно однообразно, подчеркивают важность освещения самых свежих, актуальных и важных новостей. В определенной степени это показывает, что основные медиа в Китае и России по-прежнему сосредоточены на инициативе «Один пояс и один путь» в основном на простой подаче информации, но отсутствует более глубокая интерпретация и осмысление инициативы на уровне ее практической реализации. И низкая доля жанра «статьи» также как раз свидетельствует об этом. Поэтому СМИ необходимо обратить внимание на гибкое использование диверсифицированных жанров для интеграции распространения актуальной информации, чтобы снизить влияние ограничений структурного распределения новостных жанров.

На основе вышеприведенного анализа мы предлагаем российским СМИ приложить больше усилий к визуальному освещению новостей, с помощью инноваций стимулировать эффективность распространения «Одного пояса и одного пути», увеличить количество интервью и статей, а также комментариев, содержащих глубокий анализ и размышления об этой инициативе. Китайским СМИ рекомендуется изучить особенности и запросы аудитории в разных регионах и странах и составить научные планы, чтобы сделать коммуникационные тексты более разнообразными и близкими местной аудитории.

В Заключении представлены результаты исследовательской деятельности автора, обобщающие полученные результаты диссертации. Медиа двух стран должны использовать возможности конвергенции, действовать в соответствии с тенденцией развития инициативы, способствовать совершенствованию, основательности и долгосрочной эффективности совместного распространения, активно изучать новые способы, новые каналы, новые области сотрудничества, искать новые возможности для сотрудничества в различных измерениях и на разных уровнях, чтобы играть активную роль в углублении китайско-российского всестороннего стратегического партнерства.

В заключение хотелось бы выразить уверенность, что механизм сотрудничества, созданный китайскими и российскими СМИ в контексте «Одного пояса и одного пути», послужит ярким примером и полезным ориентиром для будущего сотрудничества в области медиа между Китаем, Россией и другими странами, расположенными вдоль «Одного пояса и одного пути».

Ян Хуэйжу

**Медиа Китая и России об инициативе «Один пояс и один путь»:
сравнительное исследование**

В диссертационном исследовании рассматривается и анализируется освещение китайскими и российскими медиа инициативы «Один пояс и один путь» и предлагаются новые возможности для улучшения китайско-российского сотрудничества в области медиа.

В работе исследованы тексты материалов российских и китайских медиа об «Одном поясе и одном пути», выявлены и изучены контент, тематика и жанры материалов. В работе проведено сравнительное исследование того, как медиа двух стран в контексте рамок «Одного пояса и одного пути», углубления сотрудничества и дружбы между Россией и Китаем освещают инициативу с целью формирования и продвижения её положительного имиджа.

Автор в ходе изучения социально-экономической и информационно-коммуникативной ситуации России и Китая использовал материалы научных исследований в сфере журналистики, медиакommunikаций, политологии, публичных рилейшенз, что обуславливает междисциплинарность проведенного научного исследования.

Yang Huizhu

**Chinese and Russian media on the "One Belt and One Road" initiative: a
comparative study**

The dissertation study examines and analyzes Chinese and Russian media coverage of the «One Belt and One Road» initiative and suggests new opportunities for improving Chinese-Russian media cooperation.

The paper investigates the texts of Russian and Chinese media materials about the «One Belt and One Road», identifies and studies the content, themes and genres of the materials. The paper provides a comparative study of how the media of the two countries in the context of the «One Belt and One Road» framework, deepening cooperation and friendship between Russia and China cover the initiative in order to form and promote its positive image.

In the course of studying the socio-economic and information and communication situation in Russia and China, the author used materials of scientific research in journalism, media communications, political science, public relations, which determines the interdisciplinarity of the research.

Подписано в печать: 24.05.2024
Объем: 1 усл.п.л.
Тираж: 100 экз. Заказ № 945
Отпечатано в типографии «Реглет»
г. Москва, Щелковское шоссе, 75
8 (495) 142-70-60
www.reglet.ru

