

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций  
Факультет журналистики

*На правах рукописи*

**ЛИ Шуцзе**

**Государственная стратегия «Один пояс – один путь» в политической журналистике КНР**

**Профиль магистратуры – «Политическая журналистика»**

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

Научный руководитель –  
д. ист. наук доцент  
М. А. Воскресенская

Вх. № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_  
Секретарь ГАК \_\_\_\_\_

Санкт-Петербург  
2017

---

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>ГЛАВА 1. ГОСУДАРСТВЕННАЯ СТРАТЕГИЯ КНР</b>	
<b>«ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА</b> .....	10
1.1 Концепция мегапроекта.....	10
1.2 Первые шаги в реализации инициативы.....	18
1.3 Информационная поддержка и развитие стратегии.....	28
<b>ГЛАВА 2. ПРОПАГАНДА СТРАТЕГИИ «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»</b>	
<b>В ЗАРУБЕЖНОМ ИЗДАНИИ ГАЗЕТЫ «ЖЭНЬМИНЬ ЖИБАО»</b> .....	42
2.1 Технология освещения тематики мегапроекта.....	44
2.2 Проблемы продвижения китайской инициативы в вовлеченных государствах.....	79
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	91
<b>Список использованной литературы и источников</b> .....	97

## **ВВЕДЕНИЕ**

Одной из самых «горячих» тем в современной китайской журналистике является грандиозный проект «Один пояс – один путь». Его реализация имеет стратегическое значение для экономического развития КНР, усиления политической роли китайского государства на международной арене и повышения авторитета китайского лидера как внутри страны, так и за ее пределами. Безусловно, осуществление этого амбициозного плана невозможно без серьезной информационной поддержки, поэтому государственная пресса Китая прилагает большие усилия для пропаганды данной политической стратегии во всем мире.

**Актуальность темы исследования**, заявленной в настоящей магистерской диссертации, определяется острой потребностью государственно-политического руководства КНР в пропаганде стратегической инициативы «Один пояс – один путь». Понятно, что ведущая пропагандистская роль в процессах национальной политики отводится именно средствам массовой информации. В XXI веке их роль усиливается с каждым днем: помимо так называемых «традиционных» СМИ – прессы, радио и телевидения – появляются «новые» медиа, электронные СМИ, включая различные информационные порталы и сетевые версии газеты, вокруг которых формируются все более масштабные аудитории.

Распространение информации о государственной инициативе «Один пояс – один путь» можно считать типичной политической пропагандой в

сфере китайской журналистики. «Политическая пропаганда, в отличие от публицистики, определяется как систематически осуществляемые усилия повлиять на личное и общественное сознание для достижения определённых результатов политического действия, независимо от того, насколько оно разумно и справедливо», – отмечается теоретиками политической журналистики<sup>1</sup>. В Китае к этой деятельности привлечены наиболее авторитетные СМИ: информационное агентство «Синьхуа», телекомпания ССТV, газета «Жэньминь Жибао», информационный портал «Хуаньцю Шибао». Каждый из упомянутых медиаканалов имеет свою специфику и формирует собственную повестку дня, но все они так или иначе используются в пропагандистских целях для продвижения инициатив высшего китайского руководства. В этом контексте, создание информационными средствами псевдособытий становится одним из признаков символической политики, которая представляет собой особый вид коммуникаций, направленных не на рациональное осмысление событий, а на формирование у аудитории устойчивых понятий за счет инсценирования информационных эффектов<sup>2</sup>. Благодаря влиятельности информационных ресурсов среди аудитории, агитация государственной инициативы «Один пояс – один путь» достигает заметных успехов.

Конечно, политическая пропаганда сталкивается с определенными сложностями и барьерами. Региональные и культурные различия, особенности религиозной культуры, специфика национальной идеологии и

---

<sup>1</sup> Политическая журналистика / под ред. С. Г. Корконосенко. М.: Юрайт, 2015. С.190.

<sup>2</sup> Политическая журналистика / под ред. С. Г. Корконосенко. М.: Юрайт, 2015. С.192.

так далее, могут стать факторами, препятствующими восприятию информации, особенно политического сообщения. Справедливо утверждать, что именно во время реформ и масштабных изменений в политическом поле страны становится все более явным влияние СМИ на формирование картины политического мира. Современное китайское общество вступило в новый период перемен. Инициатива «Один пояс – один путь», выдвинутая Председателем КНР Си Цзиньпином в 2013 году, стала его политическим символом. Продвижение инициативы «Один пояс – один путь» посредством массмедиа можно расценивать как действенный способ расширить дискурс КНР в международном информационном поле. Рассматриваемой стратегии отводится важная коммуникационная роль в современной внешней политике китайского государства.

**Степень изученности темы** к настоящему времени невысока. Это объясняется тем, что мегапроект «Один пояс – один путь» запущен сравнительно недавно и находится, по сути, на начальной стадии реализации. Отдельные стороны этой государственной стратегии исследуют китайские экономисты и политологи. В частности, Ван Ивэй в монографии «Один пояс – один путь: возможности и вызовы» дает анализ экономических и политических условий современной эпохи, на основе которого объясняет причины появления данной инициативы и раскрывает те преимущества, которые она может принести стране<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> 王义桅. 一带一路: 机遇与挑战[M]. 北京: 人民出版社, 2015. 245 页. [Ван Ивэй. Один пояс – один путь: возможности и вызовы. Пекин // Народное издательство, 2015. 245 с.]

Необходимо отметить, что вопросы информационного сопровождения проекта «Один пояс – один путь» в научной литературе до сих пор практически не рассматривались. Особого внимания в данной связи заслуживает анализ трендов и приемов политической пропаганды, характерных для китайских массмедиа при освещении ими данной темы на внутренней и зарубежной территориях. Эта проблема и стоит в центре нашего магистерского исследования.

**Объектом исследования** выступают китайские СМИ как медиаинструмент политической пропаганды.

**Предмет исследования** – специфика освещения государственных стратегических инициатив средствами массовой информации КНР.

**Цель исследования** – показать особенности и динамику осуществления китайскими СМИ политической пропаганды государственной стратегии «Один пояс – один путь».

Для достижения поставленной цели сформулированы следующие **задачи**:

- раскрыть содержание стратегии «Один пояс – один путь» и значение ее реализации для современной государственной политики КНР;
- определить методы пропаганды политической стратегии «Один пояс – один путь» в китайских СМИ и оценить ее текущие результаты;
- на основе контент-анализа публикаций в иноязычной версии газеты «Жэньминь Жибао» выявить и описать в динамике

ведущие тенденции освещения и проблемы продвижения государственной стратегии «Один пояс – один путь» за пределами КНР.

**Хронологические рамки исследования:** сентябрь 2013 г. – конец 2016 г., то есть период времени с момента официального объявления о запуске мегапроекта «Один пояс – один путь» до кульминационного этапа его пропаганды в массмедиа КНР.

**Эмпирическая база исследования** представлена материалами китайских СМИ об указанном проекте. Ее составляют три группы источников, каждая из которых соответствует определенному формату коммуникации – печатному, аудиовизуальному, сетевому.

Первая группа включает печатные информационные источники: 176 публикаций газеты «Жэньминь Жибао» – главного официального издания КНР. В своей иноязычной версии, предназначенной для зарубежных читателей, газета занимает ведущее положение среди ресурсов пропаганды идей и ценностей китайской политики в международном пространстве.

Вторую группу составили журналистские произведения телеканала CCTV (China Central Television – Центральное телевидение Китая) – главного телевещательного ресурса страны. Для анализа были отобраны программы «Один пояс – один путь: тысячелетнее пересечение пространства и времени», «Фокусироваться на стратегию «Один пояс – один путь», «Широта и долгота».

В третью группу вошли данные интернет-сайтов. Прежде всего, к исследованию привлекались сообщения информационного агентства

«Синьхуа», или Китайской Службы Новостей. Оно является официальным медиаресурсом правительства, входящим в структуру Министерства государственной безопасности КНР, и распространяет новости по всему миру на семи языках. Использовались также материалы информационного портала «Хуаньцю Шибao», который специализируется на освещении проблем международной политики.

Все упомянутые медиаресурсы активно задействуются китайским руководством в качестве площадки для пропаганды государственной стратегии «Один пояс – один путь» внутри страны и за рубежом.

**Теоретико-методологической базой исследования** стали положения теории журналистики и теории коммуникации, касающиеся международного дискурса в массмедиа и вопросов взаимосвязи политической стратегии с журналистикой<sup>4</sup>. Теоретической опорой служили также определения и развернутые характеристики жанровых форм, которые содержатся в трудах по теории журналистики<sup>5</sup>.

В ходе работы применялись следующие конкретные **методы исследования**: сравнительный анализ, контент-анализ, описательный метод, метод обобщения и интерпретации эмпирических данных.

**Новизна исследования** подтверждается тем, что до настоящего времени ни российскими, ни китайскими учеными не проводилось

---

<sup>4</sup> Корконосенко С.Г. Политическая журналистика. М.: Юрайт, 2015; Политология журналистики: Уч. пос. для высшей школы / Ред.-сост. Корконосенко С.Г. М.: Аспект-Пресс, 2004; Деловая журналистика / под ред. А. В. Вырковского. М.: Медиамир, 2012; Политические коммуникации: Учеб. пособие для студентов вузов / под ред. А. И. Соловьева. М., 2004.

<sup>5</sup> Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2000; Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста: Уч. пос. – СПб., 2008.



комплексного анализа взаимовлияний журналистского и политического полей для выявления векторов, способов и результатов пропаганды государственной инициативы «Один пояс – один путь», выдвинутой Председателем КНР Си Цзиньпином в 2013 году.

**Практическая значимость работы** подчеркивается новизной избранной для изучения темы. Материалы диссертации могут использоваться в дальнейших научных разработках, в учебном процессе и в практической журналистской деятельности при анализе вопросов политической коммуникации в медиасфере КНР.

**Апробация** основных исследовательских выводов автора диссертации произведена в форме доклада на научной конференции «Медиа в современном мире. Молодые исследователи» (Санкт-Петербургский государственный университет, 2017 г.) и двух публикаций, в том числе статьи в рецензируемом издании, индексируемом в системе РИНЦ<sup>6</sup>.

**Структура диссертации** определяется поставленными задачами исследования. Работа состоит из введения, двух глав (поделенных на пять разделов), заключения и списка использованной литературы.

---

<sup>6</sup> Ли Шуцзе [в соавт.]. Журналистика Китая в реализации внутривнутриполитических и внешнеполитических проектов: опыт 2010-х годов // Век информации. 2016. № 3. С. 74–88.

## ГЛАВА 1. ГОСУДАРСТВЕННАЯ СТРАТЕГИЯ КНР «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

### 1.1 Концепция мегапроекта

В сентябре 2013 г. во время официального визита в Казахстан Председатель КНР Си Цзиньпин выдвинул инициативу формирования новой модели взаимовыгодного международного сотрудничества в Евразии с опорой на исторический опыт Великого шелкового пути. Глава китайского государства представил концепцию масштабного проекта «Один пояс – один путь», объединяющего в качестве составных частей сухопутный «Экономический пояс Великого шелкового пути» и «Морской путь XXI века»<sup>7</sup>. Название концепции сократилось по устному китайскому обычаю: «Один пояс – один путь». **«Один пояс» – экономический пояс шелкового пути (другое название – сухопутный шелковый путь),** который стимулирует экономическое сотрудничество между Китаем и соответствующими странами посредством торговли и инвестиции. **«Один путь» – Морской шелковый путь 21 века,** который направлен на расширение торговых обменов на данных территориях. Долгосрочные планы совместной разработки и реализации этого мегапроекта с партнерским участием всех заинтересованных государств нацелены не только на решение ряда внешних и внутренних проблем Китая, но и на содействие интеграции

---

<sup>7</sup> 冯宗宪. 一带一路构想战略意义. 光明日报. 2014 - 10 -20.[Фэн Цунсиань. Стратегическое значение стратегии «Один пояс – один путь» // Гуанминь Жибао.2014. 20 окт.]

мирового сообщества, создание условий для экономического и культурного сближения развитых и развивающихся стран в евразийских пределах<sup>8</sup>.

Название «Один пояс – один путь» происходит от Древнего Шелкового пути, транзитной дороги, проложенной посланцами Чжан Цянь во времена династии Западная Хань (206 г. до н. э. – 24 г. н. э.) и Пан Чао во времена династии Восточная Хань (25 – 220 гг.)<sup>9</sup>. Дорога была названа «шелковый путь» ввиду того, что шелк являлся главным товаром, перевозимым по этому маршруту. Потом это название стало общепринятым наименованием внешнего дипломатического коммуникационного канала Китая. Термин «Шелковый путь» стал известен каждой семье и каждому дому в Китае, хотя в обиход его 130 лет назад ввел немец Фердинанд фон Рихтхофен<sup>10</sup>, который в 1868–1872 гг. путешествовал по 13 провинциям (в Цинской династии в 1622–1911 гг. было всего 18 провинций) и делал географические и геологические исследования. После возвращения в Германию, он написал монументальное произведение «Китай. Результаты собственных путешествий» в 5 томах. Именно в этом шедевре он впервые употребил

---

<sup>8</sup> 推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动 [М].国家发改委, 外交部, 商务部, 2015(3). [Перспектива и мероприятия построения Экономического пояса шелкового пути и Морского шелкового пути 21 века. // Национальный комитет реформ и развития, МИД, Министерство торговли и коммерции. 2015(3).]

<sup>9</sup> 王义桅. 一带一路: 机遇与挑战 [М. 北京: 人民出版社, 2015. 245 页. [Ван Ивэй. Один пояс – один путь: возможности и вызовы. Пекин // Народное издательство, 2015. 245с.]

<sup>10</sup> Ferdinand von Vichthofen (5 мая 1833, Бад-Карлсруэ – 6 октября 1905, Берлин) – немецкий геолог, географ и путешественник, основоположник геоморфологии, президент Берлинского географического общества (с 1873). Автор термина «Великий шелковый путь» (1877).

научный термин «великий шелковый путь» и отметил его на карте. После этого, термин стал широко применяться<sup>11</sup>.

Политическая стратегия «Один пояс – один путь» намечена **в трёх маршрутах**: Морской шелковый путь 21-ого века состоит из двух маршрутов (синие линии на рисунке 1); Экономический пояс шелкового пути представляет из себя один маршрут (черная и зеленая линии на рисунке 2)<sup>12</sup>.

1. Из южного Китая через Южно-Китайское море (один из ключевых участков этого морского проекта) и Индийский океан маршрут соединяет побережье Китая, Африку и Европу.

2. Из восточно-южного Китая в Южно-Тихоокеанское море, через Южно-Китайское море в Юго-Восточную Азию.

3. Сухопутный маршрут из центрального Китая на запад Китая (автономный район Синьцзян), через центральную Азию в Европу. Этот маршрут ещё можно разделить на три ветки сухопутного пути: Северный (Китай – Монголия – Россия), Центральный (Китай – Центральная Азия – Ближний Восток) и Южный (Бангладеш – Китай – Индия – Мьянма, а также Китай – Пакистан).

---

<sup>11</sup> Shi Jianguo. A Literature Review on Current Researches Concerning the “One Belt and One Road” Strategy // Journal of Chinese neighboring diplomacy. 2015. №1. P. 130-150.

<sup>12</sup> 推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动 [M].国家发改委, 外交部, 商务部, 2015(3). [Перспектива и мероприятия построения Экономического пояса шелкового пути и Морского шелкового пути 21 века. // Национальный комитет реформ и развития, МИД, Министерство торговли и коммерции. 2015(3).]



Рис. 1. Маршрут сухопутного шелкового пути

(Источник: The Washington Street Journal)



Рис. 2. Маршрут экономического пояса шелкового пути

(Источник: <http://vestifinance.ru>)

Стратегия «Один пояс – один путь» имеет не только государственное значение, но и международный смысл. Говоря о **значении стратегии «Один пояс – один путь» для внутренних дел Китая**, нужно сказать, что Шелковый путь рассматривается как крупномасштабный экономический проект. Он стимулирует развитие западного Китая, развитие сотрудничества с зарубежными державами центральной Азии и Европы по вышеуказанным трем сухопутным коридорам. Его цель заключается в создании трансевразийского сухопутного моста, что особенно важно для западного Китая<sup>13</sup>, так как сегодня острой проблемой для страны является несбалансированное развитие регионов востока и запада<sup>14</sup>. С того времени, когда премьер Дэн Сяопин в 1978 году возглавил политику реформ и открытости, направленную на развитие восточной части КНР, неравномерное региональное развитие между западом и востоком и становится все заметнее<sup>15</sup>. Теперь эта проблема уже стала одним из самых серьезных нерешенных вопросов Китая. Концепция экономического пояса Шелкового пути должна не только стать средством укрепления сотрудничества с соседними странами, но, что гораздо важнее, ослабить разницу между западным и восточным регионами внутри Китая<sup>16</sup>.

---

<sup>13</sup> Li Xiao, Li Junjiu. One Belt and One Road and the Reshaping of China's Geopolitical and Geoeconomic Strategy // *World Economics and Politics*. 2015. №10. P. 30-59.

<sup>14</sup> Li Xiangyang. Relations to Be Prioritized in China's Belt and Road Initiative // *International Economic Review*. 2015. №1. P. 54-63.

<sup>15</sup> 邹磊. 中国一带一路战略的政治经济学[M]. 上海: 上海人民出版社, 2015. 354页. [Цзоу Лэй. Политэкономия в китайской стратегии «Один пояс – один путь» // Шанхайское народное издательство, 2015. 354с.]

<sup>16</sup> Chu Yin, Gao Yuan. China's Belt and Road Initiatives: Three Questions to be Answered // *International Economic Review*. 2015. №2. P.90-99.

Стратегия «Один пояс – один путь», как средство развития, реформ и открытости, содействия периферической дипломатии, привлекает к себе внимание мирового сообщества. Она включает в себя соглашение о свободной торговле в традиционном смысле, сотрудничество в области Субрегиона Большого Меконга, а также экономические коридоры, зоны экономического развития, взаимодействия, культурные обмены и трансграничную транспортную линию, взаимосвязи финансового сотрудничества и т.п.<sup>17</sup>

**«Один пояс – один путь» как средство решения проблемы неравномерного развития между востоком и западом Китая.** В последние годы, в экономической политике Китая много больших достижений. КНР занимает второе место в мире по развитию экономики, в 2013 году по торговле товарами Китай впервые занял первое место<sup>18</sup>. Тем не менее, развитие Китая по-прежнему сталкивается с многочисленными трудностями, особенно заметным вопросом становится дисбаланс развития между восточной и западной областями<sup>19</sup>.

Территориально центральные и западные регионы Китая занимают примерно 80% всей площади страны, почти 60% населения живут там, но их доля по импортно-экспортной торговле достигает лишь 14%,

---

<sup>17</sup>推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动 [M].国家发改委, 外交部, 商务部. 2015(3). [Перспектива и мероприятия построения Экономического пояса шелкового пути и Морского шелкового пути 21 века. // Национальный комитет реформ и развития, МИД, Министерство торговли и коммерции. 2015(3).]

<sup>18</sup> Li Xiangyang. Relations to Be Prioritized in China's Belt and Road Initiative // International Economic Review. 2015. №1. P. 54-63.

<sup>19</sup> Lu Feng, Li Xin, Li Shuangshuang, Jiang Zhixiao, Zhang Jieping and Yang yewei. Why is China? Economic Logics of China's One Belt and One Road Strategy. // International Economic Review. 2015.3. P. 9-34.

иностранные инвестиции составляют 22%, ВВП – лишь около 1/3 среднего уровня по стране<sup>20</sup>.

Таким образом, чтобы на среднем западе Китая достичь стремительного развития, нужно ускорить передачу восточных производственных мощностей на запад, раскрыть возможности потенциального сотрудничества между западом Китая и соседними странами<sup>21</sup>. «Один пояс – один путь» сможет стать хорошим мостом решения проблемы экономического дисбаланса Китая.

Известный политолог Ян Цеху разъясняет актуальность стратегии «Один пояс – один путь» в Китае, чётко и кратко объясняет ее сущность. Он считает, что стратегия «Один пояс – один путь» на данном этапе развития Китая является очень своевременной мерой. Эта стратегия тесно связана с географическим положением и историей Китая. В Китае переизбыток населения, а ресурсов недостаточно. Китай пропустил первую и вторую промышленную революцию. В настоящее время быстрый подъём Китая не только требует мировых сырьевых материалов, но и зарубежных рынков. Это сегодняшнее положение Китая. Сейчас все больше и больше сырья закупается за рубежом и появляются новые рынки сбыта товаров за границей. Китайцы могут выбрать за рубежом партнера, решить в какие сферы инвестировать капитал и как реализовать дальнейшее развитие стратегии. Но

---

<sup>20</sup> 邹磊. 中国一带一路战略的政治经济学[M]. 上海: 上海人民出版社, 2015. 354 页.

[Цзоу Лэй. Политэкономия в китайской стратегии «Один пояс – один путь». // Шанхайское народное издательство, 2015. 354с.]

<sup>21</sup> 邹磊. 中国一带一路战略的政治经济学[M]. 上海: 上海人民出版社, 2015. 354 页.

[Цзоу Лэй. Политэкономия в китайской стратегии «Один пояс – один путь». // Шанхайское народное издательство. 2015. 354с.]



на этом пути много проблем, которые нужно заранее предвидеть и найти пути решения<sup>22</sup>.

**В контексте международного пространства** идея стратегии «Один пояс – один путь» соответствует трендам многополярности мира, экономической глобализации, культурного разнообразия и социального информационного потока<sup>23</sup>. Задачами стратегии являются: содействие свободному распространению экономических факторов, эффективному размещению ресурсов и глубине рыночной интеграции, стимулированию координации между экономикой и политикой связанных государств, раскрытию регионального сотрудничества высокого глубокого уровня<sup>24</sup>. «Один пояс – один путь», в соответствии с основополагающими интересами международного сообщества и решением проблемы терроризма, радикальных движений, подчеркивает общие идеалы и стремление к лучшему человеческому обществу<sup>25</sup>.

«Один пояс – один путь» так же помогает развитию регионального сотрудничества в Азии. Азия, уже стала двигателем экономического роста и

---

<sup>22</sup> 中华人民共和国外交部: 深化互信、加强对接, 共建 21 世纪海上丝绸之路 - 杨洁篪国务委员在博鳌亚洲论坛 2015 年年会“共建 21 世纪海上丝绸之路分论坛暨中国东盟海洋合作年启动仪式”的演讲, 人民网, 2015 年 3 月 29 日. [Министерство иностранных дел КНР: Углубить взаимное доверие, укрепить сотрудничество и построить Морской шелковый путь 21 века. – выступление члена Государственного совета Ян Деху. Интернет – версия Жэньминь жибао, 29-03-2015.] – URL: [http://www.fmprc.gov.cn/web/ziliao\\_674904/zyjh\\_674906/t1249710.shtml](http://www.fmprc.gov.cn/web/ziliao_674904/zyjh_674906/t1249710.shtml). (дата обращения: 22.02.2016)

<sup>23</sup> 张骥、刘艳房. 论全球化时代国家形象战略与国家利益的实现[J]. 国际观察. 2009 年第 1 期. 16-23 页. [Чжан Цзи, Лю Ианьфан. О национальном образе в эпоху глобализации и реализации национальных интересов // Международное наблюдение. 2009. №1. С. 16-23.]

<sup>24</sup> 周文, 方茜. 一带一路战略的政治经济学思考[J]. 马克思主义研究. 2015(10): 62-72. [Чжоу Вэнь, Фан Циань. Размышление о стратегии «Один пояс – один путь» с точки зрения политэкономии // Марксизм. 2015. №10. С. 62-72.]

<sup>25</sup> 张骥、刘艳房. 论全球化时代国家形象战略与国家利益的实现[J]. 国际观察. 2009 年第 1 期. 16-23 页. [Чжан Цзи, Лю Ианьфан. О национальном образе в эпоху глобализации и реализации национальных интересов // Международное наблюдение. 2009. №1. С. 16-23.]

основой экономической глобализации всего мира, но тем не менее имеет много нерешенных проблем. Например, уровень региональной интеграции в Азии несколько хуже, чем в Европе и Америке. Препятствиями углубления регионального сотрудничества является региональное диспропорциональное развитие Азии, отсутствие тесных связей, проблема с транспортными инфраструктурами и другие проблемы<sup>26</sup>.

На сегодняшний день структура глобальной торговли и инвестиций, энергетическая ситуация сильно меняются, азиатские страны находятся на критическом этапе экономических преобразований и модернизации, им нужно адаптироваться к экономическим изменениям и продолжить тенденцию устойчивого роста, не попасться в «ловушку среднего дохода»<sup>27</sup>. Стратегия «Один пояс – один путь» будет способствовать региональному сотрудничеству в Азии, и стимулировать укрепление сотрудничества на Евразийском континенте.

## **1.2 Первые шаги в реализации инициативы**

Первоначально, стратегия «Один пояс – один путь» была только идеей и инициативой. Затем китайская народная республика ввела ряд политических, экономических и культурных мер, чтобы содействовать реализации

---

<sup>26</sup> 周文, 方茜. 一带一路战略的政治经济学思考[J]. 马克思主义研究. 2015(10): 62-72. [Чжоу Вэнь, Фан Циань. Размышление о стратегии «Один пояс – один путь» с точки зрения политэкономии // Марксизм. 2015. №10. С. 62-72.]

<sup>27</sup> 周文, 方茜. 一带一路战略的政治经济学思考[J]. 马克思主义研究. 2015(10): 62-72. [Чжоу Вэнь, Фан Циань. Размышление о стратегии «Один пояс – один путь» с точки зрения политэкономии // Марксизм. 2015. №10. С. 62-72.]

мегапроекта<sup>28</sup>. Его главным многоступенчатым планом является пропагандистская стратегия в СМИ, составление программы инвестиций в строительственную инфраструктуру, построение Азиатского банка инфраструктурных инвестиций, интернационализация китайского юаня и создание фонда Шелкового пути<sup>29</sup>.

Табл. 1. Мероприятия по реализации стратегии «Один пояс – один путь»

Дата начала осуществления	Стратегическое мероприятие	Конкретные действия
С 10.2013 по сей день	Пропагандистская стратегия в СМИ	«Рассказывать китайскую историю, распространять голос Китая»
		«Хранить наследие древнего Шелкового пути и развивать дружественные связи»
		«Разъяснять значение термина “Один пояс – один путь”, повышать информированность общественности»

<sup>28</sup> 邹磊. 中国一带一路战略的政治经济学[M]. 上海: 上海人民出版社, 2015. 354 页. [Цзоу Лэй. Политэкономия в китайской стратегии «Один пояс – один путь». Шайхай: Шанхайское народное издательство. 2015. С. 20.]

<sup>29</sup> 李向阳. 亚太地区发展报告[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2015. 257 页. [Ли Сианян. Доклад о развитии в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Пекин: Общественные науки и литература. 2015. С. 50-98.]

28.12.2015	Программы инвестиции в строительство инфраструктуры	Запустить стратегические кооперативные проекты в области портов, железной дороги, энергоресурсов, автодорог и средств связи
25.12.2015	Учреждение Азиатского банка инфраструктурных инвестиций	Обеспечить финансирование проекта «Экономический пояс Шелкового пути» (строительство железной дороги из Пекина в Багдад).
	Интернационализация китайского юаня	МВФ включил китайский юань в индикативную валютную корзину
29.12.2014	Учреждение Фонда Шелкового пути	Обеспечить финансирование проекта «Китайско-пакистанский экономический коридор»

### **Пропагандистская стратегия в СМИ**

После выдвижения стратегии «Один пояс – один путь», китайское государство скоро разместило ряд пропагандистских публикаций в СМИ, для распространения информации о ней в международном пространстве. Например, по данным информационного агентства Синьхуа, Госсовет опубликовал пропагандистскую информацию о стратегии по китайским средствам массовой коммуникации – «Расскажите китайскую историю, распространяйте звук Китая», «Передаваться по наследству древнего шелкового пути и развивать дружественное качество», «Увеличивать

главенствующее значение термина «Один пояс – один путь, повысить информированность общественности» и т.п.

После этого подобные меры продвижения государственной стратегии начали активно реализовываться в китайских средствах массовой информации – таких, как телеканал CCTV, информационное агентство Синьхуа, газета Жэньминь Жибао, информационный портал Хуаньцю и другие местные СМИ Китая. Освещение этой темы будет подробно рассмотрено в параграфе 1.3.

В первый год после выдвижения стратегии «Один пояс – один путь» СМИ сыграли важную роль в предании гласности этого термина и информировании общественности. Благодаря пропаганде в медийном пространстве, не только жители Китая, но и иностранцы узнали об этой китайской программе. Хотя на этом пути немало сложностей и вопросов, очевидно, что китайская пропаганда по теме «Один пояс – один путь» достигла нужного эффекта и успешно привлекла мировое внимание.

Нужно отметить то, что с 16-ого июля 2015 г. информационное агентство начало предъявлять информацию о кредитной и рискованной оценке стран- партнеров и предоставлять услуги в сферах информационного банка, мозгового центра и консалтинга<sup>30</sup>.

## **Инвестиции в строительство инфраструктуры**

---

<sup>30</sup> Lu Feng, Li Xin, Li Shuangshuang, Jiang Zhixiao, Zhang Jieping and Yang yewei. Why is China? Economic Logics of China's One Belt and One Road Strategy[J] // International Economic Review. 2015.3. P. 9-34.

После успешного проведения политики реформ и открытости КНР, провозглашенной в 1978 году, внешняя экономическая ситуация Китая сильно изменилась. Появился избыток производственных мощностей, степень внешней зависимости уверенно растет, и торговая модель, которая опиралась на дешевую разработку и богатые ресурсы, перестала соответствовать ситуации социально-экономического развития Китая в то время<sup>31</sup>. Имеется огромный интерес к инвестициям в инфраструктуру азиатских и европейских стран. Стратегия «Один пояс – один путь» означает, что реализация задач внешней инфраструктуры постепенно вошла в колею<sup>32</sup>. Си Цзиньпин выдвинул стратегическое видение «Один пояс – один путь» в 2013 году, а к 2015 г. уже были созданы фонд Шелкового пути и Азиатский банк инфраструктурных инвестиций. Китайские внешние инвестиции в инфраструктуру вошли в стадию практического сотрудничества. 18 декабря 2015 г. министр коммерческого отдела Гао Хучэн на национальной конференции отметил то, что нужно запустить стратегические кооперативные проекты в области водного транспорта, железнодорожного транспорта, энергоресурсов, автодорог и связи<sup>33</sup>.

Приведем межгосударственные совместные инфраструктурные проекты: «глубоководный причал Гвадар», «создание порта Коломбо и порта

---

<sup>31</sup> 李向阳. 亚太地区发展报告[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2015. 257页. [Ли Сианян. Доклад о развитии в Азиатско-Тихоокеанском регионе. // Общественные науки и литературы. 2015. 257с. 14.]

<sup>32</sup> Li Xiao, Li Junjiu. One Belt and One Road and the Reshaping of China's Geopolitical and Geoeconomic Strategy. // World Economics and Politics. 2015. №10. P. 30-59.

<sup>33</sup> 高虎城. 深化经贸合作, 共创新的辉煌 - “一带一路” 战略构建经贸合作新格局[J]. 国际商务财会, 2014(6). [Гао Хучень. Углубить торгово-экономического сотрудничества и создать блестящее будущее – создать новую торгово-экономическую модель сотрудничества // Финансы и учет для международной торговли. 2014. № 6.]

Хамбантога», «создание высокоскоростного Евразийского транспортного коридора (от Москвы до Пекина)», «порт Чабахар», «Каракорум шоссе», «порт Кьяукпью в Бенгальском заливе (глубоководный причал)», «создание 4 главных торговых маршрута<sup>34</sup>: ① китайско–пакистанский, ② китайско–монгольско–российский, ③ китайско–бенгальско–индийско–бирманский, ④ китайский–среднеазиатский–западноазиатский экономический коридор» и т.п. Конкретные примеры рассмотрим ниже в тексте.

### **Азиатский банк инфраструктурных инвестиций**



亚洲基础设施投资银行

Рис. 3. Логотип Азиатского банка инфраструктурных инвестиций.

(Источник: китайская онлайн-энциклопедия «Байду байкэ»)

Азиатский банк инфраструктурных инвестиций (далее – АБИИ) представляет собой азиатское региональное многостороннее агентство межправительственного характера, которое делает упор на инфраструктуру. Его учредительная цель состоится в содействии экономической интеграции, развитию взаимной связи и взаимного доступа и укреплении сотрудничества

<sup>34</sup> 卞文志. 一带一路将成经济发展重头戏[J]. 时代金融. 2015. №3: 39-41.[Бянь Веньчжи. Один пояс – один путь станет изюминкой экономического развития // Финансовое время. 2015. №3. С. 39-41. ]

между Китаем и другими азиатскими странами и регионами. Его главное управление находится в Пекине. Уставный капитал АБИИ составляет 100 млрд. долларов<sup>35</sup>.

2 октября 2013 президент Си Цзиньпин выдвинул инициативу по строительству АБИИ. 24 октября 2014, министры финансового отдела и уполномоченные представители, в том числе Китая, Индии, Сингапура и др., всего 21 потенциальный член-учредитель, подписали соглашение о создании АБИИ в Пекине. 15 апреля 2015 общее количество потенциальных членов-учредителей определено до 57, включая 37 стран в данных рамках, 20 внерегиональных стран. 25 декабря 2015 АБИИ был создан и стал первым многосторонним финансовым учреждением в мире. 16 января 2016 церемония открытия АБИИ состоялась в Пекине. Можем классифицировать эти полноправные страны-члены по континентам – 34 азиатских, 18 европейских, 2 океанские, 1 южноамериканская и 2 африканские страны. Вплоть до 31 августа 2016 АБИИ имеет всего 57 полноправных стран-членов и еще больше 20 стран подали заявление о вступлении в АБИИ<sup>36</sup>.

Первой целью его создания является строительство Экономического пояса шелкового пути, текущая задача заключается в строительстве железной дороги из Пекина в Багдад<sup>37</sup>.

---

<sup>35</sup> 高程. 从中国经济外交转型的视角看一带一路的战略[J]. 国际观察. 2015(4): 35-48. [Гао Чен. Понять стратегическое значение «Один пояс – один путь» с точки зрения трансформации экономики и внешней политики Китая // Международное обозрение. 2015. №4. С. 35-48.]

<sup>36</sup> URL://baike.baidu.com/item/%E4%BA%9A%E6%B4%B2%E5%9F%BA%E7%A1%80%E8%AE%BE%E6%96%BD%E6%8A%95%E8%B5%84%E9%93%B6%E8%A1%8C/12007022?fromtitle=%E4%BA%9A%E6%8A%95%E8%A1%8C&fromid=16928132&fi=aladdin (дата обращения от 09.04.2017).

<sup>37</sup> 王海运. “丝绸之路经济带”构想的背景、潜在挑战和未来走势 [J]. 欧亚经济. 2014(4): 5-58. [Ван Хайюнь. Фон выдвижения концепции «Экономического пояса Шелкового



Первоначальное намерение интернационализации китайского юаня возникло в рамках стратегии «Один пояс – один путь», в дальнейшем интернационализация китайского юаня стала неотъемлемой частью этой стратегии.

Выделяются следующие основные аспекты интернационализации юаня:

1. Интернационализация китайского юаня является процессом развития этой валюты. В данном случае, показателем развития валюты является начало использования валюты за пределами первоначальной территории и расширение как сферы использования, так и выполняемых функций валюты. В точке максимального развития, валюта должна в мировом масштабе выполнять три основные функции денег – являться мерой стоимости, средством платежа и средством накопления<sup>38</sup>. Валюта также может являться и средством обращения, но только в том случае, когда она замещает какую-либо валюту на территории другого государства.

В последние годы области использования китайского юаня можно разделить на три типа:

Первый тип: в Сингапуре, Малайзии, Таиланде, Южной Корее и других странах. Китайский юань, в основном, пользуется в туристической области.

Второй: в Вьетнаме, России, Северной Корее, Мьянме, Лаосе и других китайских приграничных районах, распространение денежного обращения связано с приграничной торговлей, гражданской торговлей и развитием

---

пути», потенциальные проблемы, будущая тенденция // Экономика в России, Восточной Европе и Центральной Азии. 2014. №4. Р. 5-58. ]

<sup>38</sup> 高程. 从中国经济外交转型的视角看一带一路的战略[J]. 国际观察. 2015(4): 35-48. [Гао Чен. Понять стратегическое значение «Один пояс – один путь» с точки зрения трансформации экономики и внешней политики Китая // Международное обозрение. 2015. №4. С. 35-48.]

отрасли туризма. Китайский юань в качестве расчетной и платежной валюты уже широко используют в этих странах и он может быть свободно обменян на местную валюту.

Третий: условия эксплуатации китайского юаня в Гонконге и Макао ввиду того, что материковый Китай и область Гонконга и Макао имеют тесные экономические связи, в каждом году много людей посещают родственников и путешествуют туда и обратно, обмен и использование юаня является довольно распространенным явлением<sup>39</sup>.

2. Интернационализация китайского юаня означает расширение и углубление функций, выполняемых валютой в МВС. Считается, что успешная валюта в процессе интернационализации сможет выполнять функции меры стоимости и средства платежа в международном обороте и обслуживать международные транзакции. Как следствие, с увеличением международного оборота валюты иностранные агенты начнут накапливать резервы, в том числе успешная валюта сможет проникнуть в состав официальных валютных резервов других стран, что будет означать достаточно высокий уровень доверия к ней<sup>40</sup>. Выполнение китайским юанем основных функций денег за рубежом является результатом тесного торгово-экономического сотрудничества и развития внешней торговли Китая. В настоящее время по количеству прошедших степеней интернационализации

---

<sup>39</sup> 高程. 从中国经济外交转型的视角看一带一路的战略[J]. 国际观察. 2015(4): 35-48. [Гао Чен. Понять стратегическое значение «Один пояс – один путь» с точки зрения трансформации экономики и внешней политики Китая // Международное обозрение. 2015. №4. С. 35-48.]

<sup>40</sup> 陈俊杰. 一带一路战略刍议[J]. 经济论坛. 2015(6): 4-9. [Чень Цзюньцзе. Суждение о стратегии «Один пояс – один путь» // Экономический форум. 2015. №6. С. 4-9.]

можно выделить три «группы» международных валют: 1. Фунт стерлингов и доллар США. 2. Евро. 3. Различные национальные валюты, которые обладают полной обратимостью и играют небольшую роль в МВС (например, японская иена).

В 2016 году самым громким результатом интернационализации юаня явилось вступление китайского юаня в специальные права заимствования (СДР). Именно МВФ включил юань в индикативную валютную корзину. Новая корзина валют начала действовать первого октября 2016<sup>41</sup>.

#### Фонд Шелкового пути



Рис. 4. Логотип Фонда Шелкового пути.

(Источник: китайская онлайн-энциклопедия «Байду байкэ»)

Фонд Шелкового пути – китайский инвестиционный фонд, занимающийся, в первую очередь, крупными вложениями в инфраструктурные проекты в странах вдоль Нового шелкового пути и Морского Шелкового пути с целью содействия сбыту китайской продукции<sup>42</sup>.

<sup>41</sup> 卞文志. 一带一路将成经济发展重头戏[J]. 时代金融. 2015. №3: 39-41. [Бянь Веньчжи. Один пояс – один путь станет изюминкой экономического развития // Финансовое время. 2015. №3. С. 39-41.]

<sup>42</sup>URL://<http://baike.baidu.com/item/%E4%B8%9D%E8%B7%AF%E5%9F%BA%E9%87%91?sefr=cr> (дата обращения от 09.04.2017).

Компания была зарегистрирована в Пекине 29 декабря 2014 года. О намерении создать подобный специальный Фонд Си Цзиньпин объявил 8 ноября 2014 года на форуме «Диалог по укреплению взаимосвязанного партнерства» накануне саммита глав АТЭС. Исполнительным директором Фонда назначена Цзинь Ци (бывшая зампредседателя Народного банка Китая), главным управляющим фонда – Ван Яньчжи.

Фонд финансирует проекты только в долларах и евро. Отказ от финансирования в юанях сделан с целью привлечения к совместному инвестированию иностранных и международных финансовых организаций<sup>43</sup>.

В апреле 2015 был подписан первый заказ фонда шелкового пути на инвестиции в проект «Китайско-пакистанский экономический коридор». Фонд Шелкового пути был создан для поддержки стратегии «Один пояс – один путь» средствами китайской национальной финансовой мощи.

### **1.3 Информационная поддержка и развитие стратегии**

С того времени, как стратегия «Один пояс – один путь» была выдвинута, направление развития постепенно изменилась. С самого начала, когда никто не знал об этом термине, перед правительством Китая стояла задача распространения информации в СМИ. Второй этап: через 1 год люди уже начинают воспринимать и понимать эту стратегию, китайские власти стали реализовать конкретные инфраструктурные операции. Третий этап: с

---

<sup>43</sup> 高程. 从中国经济外交转型的视角看一带一路的战略[J]. 国际观察. 2015(4): 35-48. [Гао Чен. Понять стратегическое значение «Один пояс – один путь» с точки зрения трансформации экономики и внешней политики Китая // Международное обозрение. 2015. №4. С. 35-48.]

начала 2016 года по сей день, видно, что стратегия «Один пояс – один путь» начала делать первые успехи<sup>44</sup>.

Табл. 2. Динамика развития стратегии «Один пояс – один путь»

Период	Направление развития
С 09.2013 по 12.2015	Расширение гласности вокруг проекта «Один пояс – один путь» и повышение информированности общественности
С 01.2015 по сей день	Начало конкретных инфраструктурных операций
С начала 2016 года до сих пор	Достижение первых результатов

### **Первый этап: распространение стратегии «Один пояс – один путь» в СМИ Китая.**

Стратегия «Один пояс – один путь» широко освещается в китайских средствах массовой информации, которые стремятся раскрыть всему миру ее политическое, экономическое и культурное значение. Изначально, интерес журналистов к ней объяснялся скорее повышенным вниманием к деятельности самого Си Цзиньпина, объявившего о новой китайской инициативе в первый год своей работы на посту Председателя КНР. Сегодня все связанное с этой инициативой воспринимается как самодостаточный информационный повод. Смысл формулы «Один пояс – один путь» в ее буквальном переводе с китайского на другие языки несколько затруднен для

<sup>44</sup> 李宇. 新媒体环境下一带一路沿线文化传播模式研究[J]. 新闻知识.2015(7): 23-25. [Ли Ю. Исследование метода культурного распространения стратегии «Один пояс – один путь» в соответствии с новым медиа-среды // Новости. 2015. №7. С. 23-25.]

понимания. Тем не менее влияние и распространение стратегии, затрагивающей жизненные интересы всех вовлеченных в ее реализацию государств, становится все заметнее.

Продвижение инициативы «Один пояс – один путь» посредством массмедиа можно расценивать, как действенный способ расширить дискурс КНР в международном информационном поле. Рассматриваемой стратегии отводится важная коммуникационная роль в современной внешней политике китайского государства. Международный дискурс страны – это возможность совокупного влияния ее гражданского, официального и журналистского дискурсов за рубежом. Это не право, но способность страны воздействовать на мировое общественное мнение. Обязательными элементами международного дискурса являются надежные источники информации и доверие аудитории<sup>45</sup>. При всей свободе выбора из потока информации, которой обладают современные массмедиа, наиболее влиятельные из них по-прежнему полагаются на авторитетные учреждения и персоны. Среди ведущих китайских СМИ выделяются информационное агентство «Синьхуа», газета «Хуаньцю» и телекомпания CCTV. Попытаемся выявить основные тенденции в освещении ими стратегии «Один пояс – один путь».

Информационное агентство «Синьхуа»<sup>46</sup>, или Китайская Служба Новостей, является официальным медиаресурсом правительства и входит в структуру Министерства государственной безопасности КНР. «Синьхуа» распространяет новости по всему миру на семи языках, включая китайский,

---

<sup>45</sup> Политическая журналистика / под ред. С. Г. Корконосенко. М.: Юрайт, 2015. С.218-220.

<sup>46</sup> Официальный сайт ИА Синьхуа: <http://www.xinhuanet.com/> (дата обращения от 09.04.2017).

английский, французский, русский, испанский, арабский и японский. Имеет смысл проследить динамику обращения агентством к проблематике упомянутой стратегии. В сентябре 2013 г. вышло 7 публикаций на данную тему, в октябре – только 2 публикации, в ноябре – 6, в декабре – 10. Очевидно, что сразу после анонсирования этой инициативы китайские СМИ не обратили на нее особого внимания. Интерес к ней оживился с наступлением 2014 г., когда активизировалось экономическое и политическое взаимодействие Китая с другими государствами, заинтересованными в развитии мегапроекта. Об этом свидетельствует увеличение количества публикаций, посвященных стратегии «Один пояс – один путь»: с января по март 2014 г. на сайте «Синьхуа» было размещено 48 подобных сообщений, с апреля по июнь – 39, с июля по сентябрь – 45, с октября по декабрь – 30. В первом полугодии 2015 г. интенсивность освещения мегапроекта несколько снизилась: появилось всего 40 новых публикаций, включая 3 официальных сообщения Министерства иностранных дел КНР, но во втором полугодии их насчитывалось уже 79.

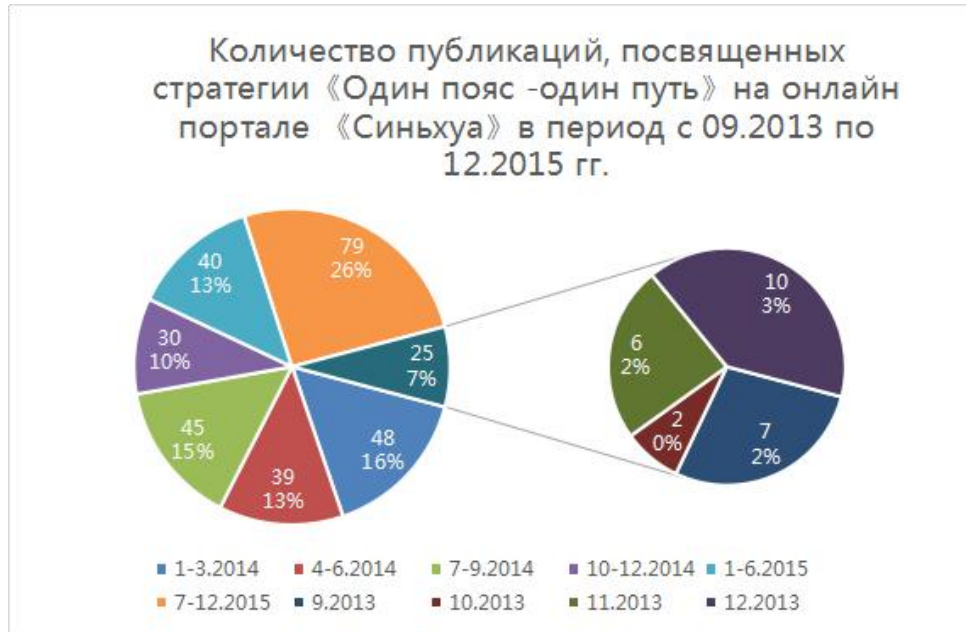


Рис. 5 Количество публикаций, посвященных стратегии «Один пояс – один путь», на онлайн-портале «Синьхуа» в период с 09.2013 г. по 12.2015 г.

Приведенные выше данные наглядно демонстрируют, что тема стратегии «Один пояс – один путь» с января 2014 г. попала в разряд «горячих» новостей и с тех пор удерживается на этой позиции.

Газета «Хуаньцю»<sup>47</sup> – ежедневное издание, большинство материалов которого посвящено проблемам международной политики. Структурно принадлежит к влиятельнейшему холдингу «Жэньминь Жибао», выходит как в печатном виде, так и онлайн, объединяя на своем сайте 30 информационных каналов. Считается одним из рупоров официального Пекина, однако нередко представляет события в более нейтральном свете по сравнению с другими официальными изданиями. 12 декабря 2015 г. на сайте «Хуаньцю» был запущен специальный канал «Один пояс – один путь». Он стал первым официальным новостным ресурсом, полностью специализирующимся на данной тематике. Внимание канала сосредоточено

<sup>47</sup> Электронное издание газеты Хуаньцю Шибао: <http://www.jdqu.com/bklist-11.html> (дата обращения: 09.04.2017).



на обсуждении вопросов политики, инвестиционных возможностей и регионального экономического развития в контексте осуществления заявленной стратегии. Программу канала составляют 9 рубрик: версия, международный комментарий, обзор СМИ, жизнь провинции, жизнь городов, деятельность свободной экономической зоны, индустрия, информационные отчеты о больших форумах.

CCTV<sup>48</sup> (China Central Television – Центральное телевидение Китая) является главным телевещательным ресурсом страны. Большое место теме «Один пояс – один путь» отводится в ежевечерней программе «Новости», которая создается на канале CCTV-1 и транслируется всеми главными телеканалами страны, включая общегосударственные, провинциальные и городские. Особое внимание здесь уделяется вопросам международного сотрудничества, складывающегося в рамках стратегической китайской инициативы и приносящего заметные изменения в жизнь людей. В целях пропаганды рассматриваемой стратегии CCTV с 30 сентября 2014 г. запустило телепрограмму «Один пояс – один путь: тысячелетнее пересечение пространства и времени». Кроме того, был снят 7-серийный хроникально-документальный фильм «Фокусироваться на стратегию «Один пояс – один путь», в котором корреспондент Оян Хиадань знакомит зрителей с сутью мегапроекта и раскрывает возможности «сообщества единой судьбы». С 28 февраля 2015 г. CCTV осуществляет ежедневный показ многосерийного документального фильма «Широта и долгота» (к концу января 2016 г. вышло 272 серии), в котором отслеживается воплощение стратегии в реальность.

---

<sup>48</sup> Официальный сайт телевидения CCTV: <http://tv.cctv.com/> (дата обращения: 09.04.2017).

Все эти телепроекты доходчиво, простым языком представляют аудитории процессы и события, связанные с реализацией амбициозной китайской инициативы, раскрывая те преимущества, которые в результате получают обычные люди, рядовые граждане. Так, простая китайская девушка в октябре 2015 г. поделилась в разговоре с журналисткой Оян Хиадань, что прежде ей приходилось не менее 20 дней ожидать выполнения интернет-заказов на покупку косметики из Южной Кореи, теперь же, по признанию интервьюируемой, время ожидания сократилось до 5–7 дней, при этом товары, приобретаемые через сайт, можно получить из Лаоса, Вьетнама и других стран.

Таким образом, можно отметить устойчивый интерес китайских СМИ к освещению стратегии «Один пояс – один путь». В настоящее время наблюдается расширение информационного потока, связанного с данной темой, при этом сообщения носят, в основном, позитивный характер. Такое внимание со стороны массмедиа объясняется важностью инициативы, заложившей основы нового внешнеполитического курса КНР, рассчитанного на долгосрочную перспективу. Пропаганда мегапроекта «Один пояс – один путь» через СМИ сегодня является неотъемлемой частью публичной дипломатии Китая.

Кроме этого, до 30 июня 2016 Китай с 56 странами и региональными организациями сотрудничества подписали меморандум о взаимопонимании по поводу совместного строительства «Один пояс – один путь». Об этом китайские СМИ широко освещают, чтобы с помощью средства массовой коммуникации смягчить конфликты и проблематики между Китаем и

пограничными странами. Подсчитаем типичные подписания о меморандуме о взаимопонимании по поводу совместного строительства «Один пояс – один путь» с Китаем<sup>49</sup>.

**Табл. 3. Страны-подписанты меморандума о взаимопонимании по поводу стратегии «Один пояс – один путь» (по данным газеты «Жэньминь Жибао»)**

<b>Дата</b>	<b>Страна-подписант меморандума</b>
04.06.2014	Кувейт (первый страна-подписант)
14.12.2014	Казахстан
17.12.2014	Непал
12.2014	Таиланд
09.03.2015	Грузия
20.04.2015	Пакистан
08.05.2015	Россия
06.06.2015	Венгрия (первая страна-подписант в Европе)
02.09.2015	Таджикистан
15.11.2015	Турция
26.11.2015	Сербия
10.12.2015	Азербайджан
19.01.2016	Саудовская Аравия
21.01.2016	Египет
23.01.2016	Иран
20.09.2016	Организация Объединенных Наций

<sup>49</sup> 王义桅. 一带一路: 机遇与挑战. 北京: 人民出版社, 2015. 245 页. [Ван Ивэй. Один пояс – один путь: возможности и вызовы. Пекин: народное издательство, 2015. 245с. ]

## **Второй этап: реализация конкретных инфраструктурных операций**

«Один пояс – один путь» проникает на весь евразийский и африканский континент. Слева находится развитая европейская экономическая зона, справа – восточноазиатский экономический круг, в середине потенциально заинтересованные страны. По объяснению китайской стороны, стратегия «Один пояс – один путь» полагается на двустороннее и многостороннее сотрудничество между Китаем и другими странами, посредством существующего регионального механизма сотрудничества в развитии партнерских отношений с соседними странами и построения азиатской юридической общности.

Сотрудничество по теме «Один пояс – один путь» между Китаем и Казахстаном является хорошим примером. По сообщению информационного агентства Синьхуа, в прошлом году зимой во время визита в Казахстан премьер-министра Китая Ли Кэцзяна, предстатель Казахстана поведал ему о том, что теперь в Казахстане есть 9 млрд. долларов валютных резервов и он хочет участвовать в построении масштабной инфраструктуры. Под прессингом со стороны национальной экономики Казахстана, им нужно принять политические меры, для стимулирования экономики.

Ли Кэцян сразу выразил свою поддержку, и сказал президенту Казахстана Нурсултану Назарбаеву: «Мы рады сотрудничать с вами и принять участие в развитии инфраструктуры в Казахстане». Ли Кэцян предложил перемещать линии по производству стали, цемента, листового стекла и др. в Казахстан. В связи с этим, им очень интересуется и решить

программы развития, наконец, завершилось китайско-казахстанское сотрудничество производственных мощностей на сумму 18 млрд. долларов<sup>50</sup>.

По сообщению Синьхуа, эта совместная программа уже началась. 25 февраля 2015 года начал ходить специальный поезд из Ляньюньган (город в провинции Цзянсу) в столицу Казахстана Алматы, и в городе Ляньюньган построен китайско-казахстанский логистический парк.

Стратегия «Один пояс – один путь» по существу являет собой стратегическое видение, нужно вводить капитал, чтобы реализовать её. Си Циньпин выявил стержень дипломатической политики Китая: «Один пояс – один путь», Азиатский банк инфраструктурных инвестиций, фонд экономического шелкового пути. Потом информационное агентство Синьхуа опубликовало статью «как осуществить стратегию Один пояс – один путь», в которой освещали отношение между стратегией «Один пояс – один путь», Азиатским банком инфраструктурных инвестиций и фондом шелкового пути. Стратегия находится на этих двух платформах и использует их, чтобы строить юридическую общность с другими странами.

Еще газета Жэньминь освещает несколько знаменитых проектов.

**Табл. 4. Ведущие проекты под инициативой «Один пояс – один путь»**  
(по данным газеты «Жэньминь Жибао»)

Дата освещения по газете	Страна и район	Название проекта

<sup>50</sup> Li Xiangyang. Relations to Be Prioritized in China's Belt and Road Initiative // International Economic Review. 2015. №1. P. 54-63.

Жэньминь Жибао		
12.01.2015	Пакистан	Создать глубоководный причал Гвадар.
12.01.2015	Шри-Ланка	Расширить и реконструировать порт Коломбо, порт Хамбантога.
17.03.2015	Россия	Строить высокоскоростной Евразийский транспортный коридор (от Москвы до Пекина).
21.03.2015	Иран	Создать порт Чабахар (путь в Афганистан)
20.04.2015	Бразилия, Венесуэла	Подписать соглашение «Кредиты в обмен на нефть».
05.05.2015	Пакистан	Создать китайско-пакистанский экономический коридор (сочетать китайский округ Кашгар и пакистанские города Карачи и Гвадар).
30.06.2015	Китай	Построить Каракорум шоссе (связать с причалом Гвадар в Пакистане)
21.08.2015	Республика Союза Мьянма	Создать порт Кьяукпью в Бенгальском заливе (глубоководный причал)
30.09.2015	Пакистан, Монголия, Россия, Индия, Бирма, Бангладеш	Создать 4 главных торговых маршрута: ① китайско–пакистанский, ②китайско–монгольско–российский, ③китайско–бенгальско–индийско–бирманский, ④китайский–среднеазиатский–западноазиатский экономический коридор.

### **Третий этап: первоначальные успехи**

Время летит в 2016 год, стратегия «Один пояс – один путь» сделала немало успехов в разнообразных областях. Согласно статистическому итогу достигнутых успехов по газете Жэньминь, в течение 2 лет стратегия «Один пояс – один путь» сделала 8 достижений<sup>51</sup>.

#### **I. Увеличился международный консенсус.**

Более 70 стран и международных организаций выразили поддержку и участие, в то время 34 из них подписали межправительственное соглашение сотрудничества с Китаем.

#### **II. Финансовые механизмы вступают в игру.**

АБИИ введен в эксплуатацию с начала 2016 года. Первые инвестиционные проекты были официально запущены.

#### **III. Формируются коммуникационные и информационные сети.**

В настоящее время Сюнсай железнодорожный проект и Явань высокоскоростная железная дорога начинает строительство. Стали строиться и развиваться автодорожные и железнодорожные сети в Лаос и Таиланд.

#### **IV. Ускоряется сотрудничество производственных мощностей.**

Китай подписал договоры с 20 странами, в которых осуществляется производственное сотрудничество, уже разработали большое количество ключевых проектов во многих странах. До сих пор, сумма установленных фондов различного многостороннего сотрудничества Китая с другими

---

<sup>51</sup> 龚雯, 田俊荣, 王珂. “一带一路” 跨越时空的宏伟构想. 人民日报. 2014 - 6 -30. [Гун Вень, Тиань Цзюньжон, Ван Кэ. Стратегия Один пояс – один путь пересекает время и пространство // Жэньминь Жибао. 2014. 30 июня.]

странами составляла более 100 миллиардов долларов. В этой сфере пионером является сотрудничество Китая и Казахстана, между этими двумя странами в настоящее время сформировалось 52 проекта, совокупная сумма инвестиций которых достигает 27 миллиардов долларов, данное сотрудничество впервые создало модели международного производственного сотрудничества и играет важную роль образца.

V. Построение межгосударственного экономического коридора достигло значительного прогресса.

Монголия, Россия и Китай также достигли консенсуса по строительству экономических коридоров, сейчас они обращают все внимание на установление плана реализации. Китайско-Пакистанский экономический коридор развивается быстрыми темпами. Строительство нового Евразийского континентального моста и экономического коридора между Мумбаем, Китаем, Индией и Бирмой поступательно движется вперед.

VI. Сформированы бренды Китайско-европейских поездов.

К данному моменту уже успешно открыто более 1500 км. Китайско-Европейских железнодорожных путей. Только за прошлый год открыли более 815, что в 1,7 раза больше, чем в 2014 году. Железная дорога пролегает через 10 китайских городов и за рубежом доходит до семи стран. Такой режим уже можно считать нормальным транспортным механизмом, который играет все более значимую роль в развитии экономики и торговли с приграничными странами.

VII. Капиталовложение сильно выросло.



Большинство стран в пределах «Один пояс – один путь» переживает важный этап индустриализации и урбанизации. Региональная торговля и инвестирование быстро растут, вслед за продвижением стратегии «Один пояс – один путь».

В 2015 году китайские предприятия сделали инвестиции в 49 странах в пределах стратегии «Один пояс – один путь». Сумма инвестиции составляет 15 миллиардов долларов. Страны вдоль пояса стараются повысить уровень удобства торговли и инвестирования, обсуждаются разные типы зон свободной торговли и процесса интеграции.

#### VIII. Гуманитарное общение стало теснее.

Китай создал китайскую государственную стипендию, которая называется «шелковый путь», организовал двухстороннюю культурно–просветительную и церемонию в сфере искусства, создали объект «мост кино и телевидения шелкового пути» и программу «эрудиция». Гуманитарное сотрудничество «Один пояс – один путь» достигло положительных результатов.

## **ГЛАВА 2. ПРОПАГАНДА СТРАТЕГИИ «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ» В ЗАРУБЕЖНОМ ИЗДАНИИ ГАЗЕТЫ «ЖЭНЬМИНЬ ЖИБАО»**

«Жэньминь жибао»<sup>52</sup> – китайская ежедневная газета, официальное печатное издание Центрального комитета Коммунистической партии Китая. Самая влиятельная газета страны. Была основана в 1948 году. Сейчас владеет более чем 70 корпунктами по всему миру. Выходит на китайском, русском, английском, японском, французском, испанском, арабском, монгольском, тибетском, уйгурском, казахском, корейском, носу и чжуанском языках. Подбор тем, появляющихся на страницах газеты, позволяет судить о приоритетах и интересах Пекина. В редакционных статьях излагаются взгляды и решения партии<sup>53</sup>.

Зарубежное издание «Жэньминь» стремится служить отечественным и зарубежным читателям со всей искренностью. Оно редактируется в Пекине и выходит в свет внутри и за пределами Китая, с понедельника по субботу (воскресенье – выходной день). Газета не только печатается в Пекине, но и дистанционно передается в Токио, Сан-Франциско, Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Париж, Торонто, Мельбурн, Джакарта, Сурабая, Сеул, Куала-Лумпур и другие места, чтобы осуществлять синхрогравирование и печать. Затем зарубежное издание «Жэньминь» распространяется в более чем 80

---

<sup>52</sup> Официальный сайт Жэньминь Жибао: <http://people.com.cn> (на китайском языке), <http://russian.people.com.cn/> (на русском языке) (дата обращения: 05.04.2017).

<sup>53</sup> Каталог изданий на сайте ИНОСМИ.РУ. URL: [http://inosmi.ru/people\\_com\\_cn/](http://inosmi.ru/people_com_cn/) (дата обращения: 05.04.2017).

странах и регионах<sup>54</sup>.



Во второй главе данной диссертации представлены результаты эмпирического исследования, для которого был отобран ряд публикаций в зарубежном издании «Жэньминь» о государственной стратегии «Один пояс – один путь» за период с сентября 2013 г. по март 2016 г. Выбор такого хронологического периода обоснован тем, что стратегия «Один пояс – один путь» была выдвинута в сентябре 2013г.; для того, чтобы подробно и досконально рассмотреть развитие и изменение информационной политики по этой теме в одной газете, нужно прочитать и подсчитать материалы с самого начала выдвижения стратегии до пика распространения информации о ней. В течение этого периода, начиная с сентября 2013 г. количество сообщений по данной теме постепенно повышается, а после марта 2016 г. удерживается на достигнутом уровне. Контент-анализ публикаций зарубежного издания «Жэньминь жибао» позволяет выявить важные моменты в процессе распространения китайской государственной стратегии «Один пояс – один путь» на международном уровне. Изучение особенностей и динамики развития данной пропагандистской кампании имеет существенное значение, так как именно это издание является главным

<sup>54</sup>Официальный сайт зарубежного издания Жэньминь [http://www.people.com.cn/paper/hwbjdbm/hwbjd\\_index.htm](http://www.people.com.cn/paper/hwbjdbm/hwbjd_index.htm) (дата обращения: 09.04.2017).

источником сведений о КНР, помогающим зарубежной аудитории узнать и понять Китай. Оно выступает медиатором информационного обмена между Китаем и другими странами.

## **2.1 Технология освещения тематики мегапроекта**

Начнем исследование с четырех точек зрения. Во-первых, время. В основном проследим временное изменение коррелятивных сообщений и сделаем акцент на причину появления пика сообщений на тему «Один пояс – один путь». Во-вторых, тема. Обратим особое внимание на горячие темы повестки дня и установку стратегии «Один пояс – один путь». В связи с тем, что «Один пояс – один путь» призван вернуть состояние открытости внешнему миру, необходимо создавать мирный и дружественный имидж страны и формировать позитивное международное общественное мнение. В этом аспекте мы сосредоточимся на анализе частотности употребления слова из текстового содержания и выясним установку повестки дня. В-третьих, форма. В этом пункте изучаются способы и жанры сообщений. В-четвертых, территория. Стратегия «Один пояс – один путь» имеет глобальный эффект, поэтому, наряду с установлением основных характеристик, будут выявляться различия в способах коммуникации зарубежного издания «Жэньминь жибао» в разнообразных районах и странах. Далее будет дан анализ расстановки акцентов при информировании о разных участвующих в проекте народах и регионах.

После поисков сообщений по ключевому слову «Один пояс – один путь» на официальном сайте «Жэньминь», отбросив дублирующие единицы, мы

получили всего 176 действительных примеров. Анализ количественных параметров и содержания этих 176 сообщений позволил сделать целый ряд наблюдений и выводов относительно пропагандистской деятельности зарубежного издания газеты «Жэньминь жибао».

**(1) В общем и целом количество публикаций на тему «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь» имеет тенденцию к повышению**

**Табл. 5. Квартальное количество публикаций на тему «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь»**

<b>Время</b>	<b>Количество</b>	<b>Процент</b>
2013(9-12)	0	0.00%
2014(1-3)	0	0.00%
2014(4-6)	7	3.98%
2014(7-9)	2	1.14%
2014(10-12)	12	6.82%
2015(1-3)	15	8.52%
2015(4-6)	39	22.16%
2015(7-9)	38	21.59%
2015(10-12)	33	18.75%
2016(1-3)	30	17.05%
<b>合计</b>	<b>176</b>	<b>100%</b>



**Рис. 6. Тенденция изменения количества публикаций на тему «Один пояс – один путь» в зарубежной версии «Жэньминь»**

Данные, приведенные выше в таблице и рисунке, показывают, что число публикаций в рамках данного исследования в целом имеет тенденцию к повышению. Концепция «Один пояс – один путь» была выдвинута в период с сентября по октябрь 2013 года, но до марта 2014 года публикаций под заголовком «Один пояс – один путь» не встречалось. В 2014 году количество таких публикаций было довольно низким, но имело тенденцию к повышению, при этом главным направлением информирования стало стратегическое представление этой темы. В этой области в 2014 году наблюдалось два небольших квартальных пика. Первый пик проявился с апреля по июнь, количество публикаций составляло 7, что соответствует 3,98%. Второй пик проявился с октября по декабрь, количество публикаций было 12 и составляло 6,82%. В июле, августе и сентябре появилось 2 сообщения о стратегии «Один пояс – один путь», их доля составила 1,14%.

В 2015 году общее количество публикаций было больше, чем в 2014 году.

В целом сначала шел заметный рост, а в поздний период появилась незначительная тенденция к понижению. В частности, во втором квартале появилось больше 30 публикаций, всего 39, доля составила 22,16%. Именно на этот квартал пришелся общий пик количества сообщений. Основная причина этого заключается в том, что 28 марта 2015 года Национальная комиссия по развитию и реформам, Министерство иностранных дел, Министерство торговли Китая совместно выпустили документ «Перспектива и мероприятия построения Экономического пояса шелкового пути и Морского шелкового пути 21 века». Стратегия «Один пояс – один путь» официально начала реализовываться, поэтому второй квартал (4–6) 2015 года и стал высшей точкой. В июле, августе, сентябре 2015 года всего вышло 38 публикаций, доля была 21,59%. В последнем квартале (10–12) 2015г. – 33 публикации, или 18,75%. В сравнении с четвертым кварталом 2014 г., первый квартал 2015 г. показывает тенденцию к повышению, включая 15 публикаций, что составляет 8,52%. С января по март 2016 г., общее состояние показало тенденцию к понижению, но горячий тренд не снижается, о чем свидетельствуют еще 30 публикаций, а это 17,05%.

**(2) Сообщения на тему «Один пояс – один путь», занимают важные места на полосах**

Табл. 6. Анализ расположения материалов по теме «Один пояс – один путь» в зарубежном издании *Жэньминь*

Статус местоположения	Количество публикаций	Процент
Важные полосы 01-04	108	61.36%
Обычные полосы 05-08	51	28.98%
Второстепенные полосы 09-12	14	7.95%

Остальные полосы 13-16	3	1.70%
<b>Всего 16 полос</b>	<b>176</b>	<b>100%</b>

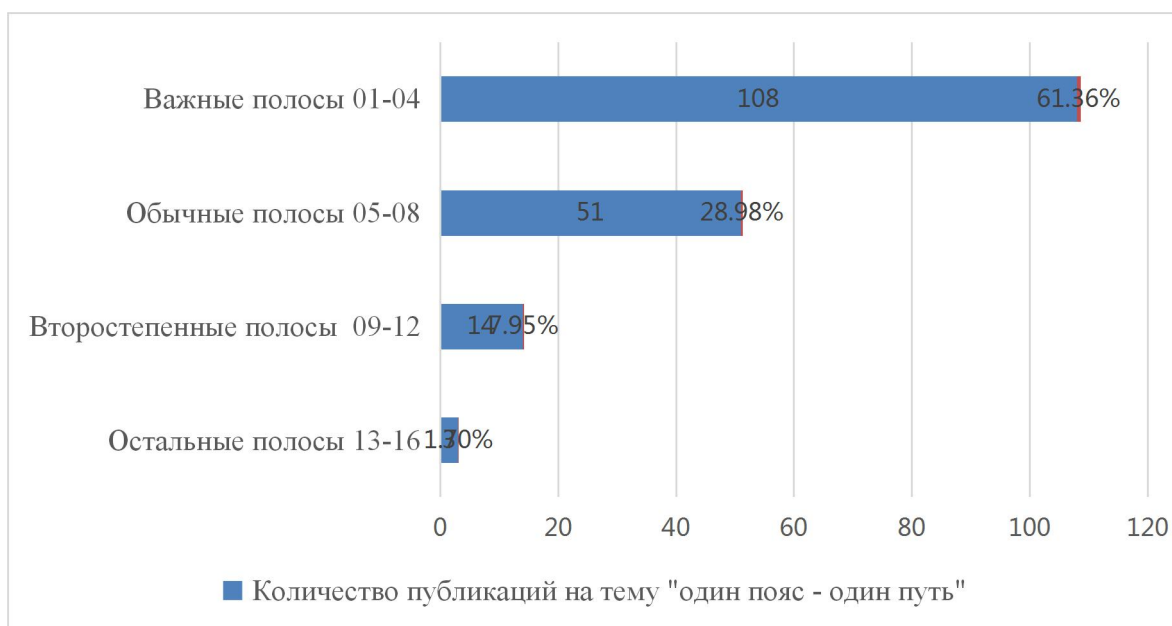


Рис. 7. Схема расположения материалов по теме «Один пояс – один путь»

Расположение материалов на полосах газеты способствует отражению содержания сообщений. Иными словами, верстка, организующая в единое целое разнообразный контент, играет важнейшую роль в издании газеты. Удобство и привлекательность газеты для читателя в большой степени зависят от верстки газеты. А сама верстка отражает субъективную ценностную ориентацию и целеполагающий замысел редакторов газеты<sup>55</sup>. Это означает, что внешний облик газеты имеет не только эстетическое, но и практическое значение. Необходимо планировать и координировать расположение публикуемых материалов, в том числе и на конкретных полосах.

В зарубежном издании «Жэньминь» всего 16 полос. На полосах с первой

<sup>55</sup> 倪玮玮. 报纸版面视觉表达对读者阅报的影响. 《中国传媒科技》, 2012(10):178-179. [Ни Вэйвэй. Влияние газетного визуального выражения на читателей. // Китайская медиатехнология. 2012. №10. С.178-179.]



по четвертую сообщают важнейшие китайские и международные новости, полосы 05–08 – обычные, на полосах 09–12, как правило, публикуют политические, культурные и спортивные новости, иногда меняя их месторасположение друг с другом. Остальные полосы (13–16) не имеют четко установленного предназначения, они могут включать документы, важные сообщения, информацию общего характера, декларации, культурные комментарии, письма от читателей, рекламу и т.д.<sup>56</sup>.

Нам видно, что заостряя внимание на теме «Один пояс – один путь», ее распределяют между разными полосами зарубежного издания «Жэньминь». По проценту сообщений на полосе получается следующее распределение. На важных полосах (01–04): всего 108 публикаций, доля достигает 61,36%, при этом размещено 36 известий на первой странице. Здесь число сообщений составляет более половины от всего количества. На страницах 01–04, в основном, содержатся важнейшие новости, которые касаются государственной жизни и экономики. На обычных полосах (05–08) содержится 51 публикация, что составляет 28,98%. Здесь в основном присутствуют новости более легкого характера, сообщения на политические, культурные, спортивные, смешанные, научно-педагогические темы, письма от читателей и другие материалы. Сюда же включается специальный выпуск, затрагивающий темы нового сельского строительства, финансов, законодательства, брендов, автомобилей, путешествий, социального наблюдения, талантливых людей и т.п. На второстепенных полосах (09–12) выявлено 14 сообщений, пропорция – 7,95%. Здесь обычно размещают

---

<sup>56</sup> 沈兴耕.论人民日报版面风格.《新闻实践》,1993(2):25-29.[Шэнь Сингэн. Стил ь полос газеты Жэньминь.// Практика журналистики. 1993. №2. С. 25-29.]

политические, культурные и спортивные новости. На остальных полосах(13–16) обнаружено только 3 публикации – 1,70%. Отсюда очевидно, что зарубежное издание «Жэньминь» уделяет серьезное внимание концепции «Один пояс – один путь» и подчеркивает ее стратегическое значение.

Распределение материалов в зависимости от политической значимости сообщений является отличительной чертой газеты «Жэньминь» по сравнению с другими газетными издательствами Китая. Расположение конкретных сведений на полосах в газете «Жэньминь» уже стало ее собственным стилем. Верстка «Жэньминь» рассматривается как метод определения роли контента<sup>57</sup>. Например, при представлении стратегии «Один пояс – один путь», относительно остальных новостей, известия о национальных лидерах размещают на важных полосах. А на самой полосе их еще размещают по порядку лидеров, кроме того подчеркивая наиважнейшее содержание жирным черным шрифтом или цветным заголовком. Именно политическое значение контента определяет степень важности новости; это положение, помимо эстетических принципов, стало правилом верстки. Расположение известий, порядок сообщений, место полос, графические позиции должны подчиняться определенным принципам, соблюдение которых не только способствует удовлетворительному представлению информации, но и содержит конкретное политическое значение<sup>58</sup>.

---

<sup>57</sup> 倪玮玮. 报纸版面视觉表达对读者阅报的影响. 《中国传媒科技》, 2012(10):178-179. [Ни Вэйвэй. Влияние газетного визуального выражения на читателей. // Китайская медиатехнология. 2012. №10. С.178-179.]

<sup>58</sup> 徐潇. 《人民日报》的版面、版式风格研究. 《新闻爱好者》, 2009(11):29-29. [Сюй Сяо. Анализ стиля верстки и полос зарубежного издания газеты Жэнтминь. // Поклоник журналистики. 2009. №11. С.29.]

Важное место в пропаганде политики «Один пояс – один путь» занимают международные встречи на высшем уровне. Например, 4–5 декабря 2015 года состоялся Йоганнесбургский форум сотрудничества «Китай – Африка», который проводится каждые три года. Зарубежное издание «Жэньминь», пользуясь преимуществом лидирующего массмедиа и применяя оригинальные способы верстки и язык полос, осветило это событие с размахом. В ходе саммита в газете опубликовано 28 сообщений о важных событиях с участием государственных лидеров, 60 известий о самом саммите, 67 изображений, из них 7 с комментариями на первой полосе<sup>59</sup>.

На сегодняшний день Форум китайско-африканского сотрудничества является наивысшим стандартным и масштабным саммитом между Китаем и государствами Африки. Поэтому зарубежное издание «Жэньминь» относится к нему очень серьезно. Со второго декабря первая, вторая и четвертая полосы в Жэньминь посвящены информированию об Йоганнесбургском форуме и составили специальный раздел, где описывается его история. С четвертого декабря количество публикаций о встрече государственных лидеров на высшем уровне стало увеличиваться. При распространении информации о форуме главные сообщения о важных встречах и переговорах помещаются на первые полосы. Например, известие под названием «встреча председателя Си Циньпин с Гвинейским президентом Альфа» располагается на первой полосе под заголовком, набранным крупным шрифтом и с цветной фотографией шириной в три столбца, а основной текст находится на второй полосе.

---

<sup>59</sup> 李忠人, 高天宜. 合作共赢:中非国际关系史上的新战略. 《沧桑》, 2016(4):30-34. [Ли Чжунжэнь, Гао Тяньи. Взаимовыгодное сотрудничество - новая стратегия в истории сотрудничества «Китай — Африка». // Превратность Судьбы. 2016. №4. С.30-34.]

Конференция в ходе саммита продолжалась 4-ого и 5-ого декабря, всего два дня. Однако с первого до шестого числа в рубрике «Ван Хайлоу<sup>60</sup>» зарубежного издания «Жэньминь» последовательно публиковались рецензии о китайско-африканских отношениях на первой полосе газеты. Все эти рецензии, содержащие наиболее глубокие комментарии к происходящему на форуме, оказали огромное влияние на СМИ: каждая из них перепечатывалась в других медиа не менее 50 раз. Так, аналитическая рецензия «Вневременная Китайско-Африканская дружба», написанная директором дипломатического института Ву Цзяньминь, получила 103 перепечатки. Статья «Единая судьба Китая и Африки», опубликованная старшим редактором самой газеты «Жэньминь», достигла самых многочисленных перепечаток на больших веб-сайтах. Кроме домашней страницы сайта «Жэньминь», ее разместили «Синьхуа», «Новая Волна», «Соуху» и др<sup>61</sup>.

Таким образом, следует уделять специальное внимание верстке полос в зарубежном издании «Жэньминь». В практике распространения политической стратегии «Один пояс – один путь» необходимо найти наилучшее сочетание эстетического принципа, визуального правила газетного текста и политического значения публикуемых сведений, чтобы всесторонне повышать способность читателей к восприятию журналистских материалов.

---

<sup>60</sup> Ван Хайлоу – Престижная специальная рубрика с аналитическим жанром в зарубежном издании газеты Жэньминь. Официальный сайт рубрики - <http://opinion.people.com.cn/GB/8213/49160/54773/index.html> (дата обращения: 09.04.2017).

<sup>61</sup> 艾然. 对外传播评论写作风格初探 - 以人民日报海外版望海楼栏目为例. 《实物探讨, 新闻采编》. 2010(11).117-118. [Ай Жань. Стиль произведения в массовой коммуникации - на примере специальной рубрики Ван Хайлоу в зарубежном издании газеты Жэньминь. // Сбор и редактирование новостей. 2010. №10. С.117-118.]

### (3) Источник сообщений большей частью опирается на оригинал

Табл. 7. Анализ источников информации о стратегии «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь»

Источник материалов	Количество новостей	Процент
Собственный корреспондент	133	75.57%
Специальный обозреватель	18	10.23%
Информационное агентство Синьхуа	16	9.09%
ChinaNews (новостное агентство)	3	1.70%
Остальные	6	3.41%



Рис. 8. Анализ источников информации о стратегии «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь»

Приведенные выше данные наглядно демонстрируют, что оригинальная информация в зарубежном издании «Жэньминь» является основным

источником. В ходе пропаганды стратегии «Один пояс – один путь» газета уверенно занимает сильную позицию в предоставлении материалов. Нам видно, что среди отобранных материалов газеты степень оригинальности высокая, доля собственной корреспонденции газеты «Жэньминь» достигает 76%, что равнозначно трем четвертям всего объема сведений. Специальный обзор в основном состоит из материалов различных специалистов и обозревателей, 18 специальных обзоров занимает 10% всего объема. Кроме собственных корреспонденций и сообщений специальных обозревателей, небольшая доля сведений была перепечатана из ИА «Синьхуа», «Chinanews», количество перепостов соответственно составляет 16 и 3. Остальные источники сведений представляют «Пекинская вечерняя газета», «CRI-онлайн», «Экономическая информационная газета», «Вэньхуэй бао» (газета гонконгского издания), французская газета «Эхо» и т.д. Подобных сведений среди общего массива данных всего 6, процент составляет 3,41%.

С другой стороны, данные выше показывают, что высокая степень оригинальности достигается благодаря наличию корпунктов во всем мире. Первый зарубежный филиал «Жэньминь» был создан в ноябре 1954 г. в СССР, когда Китай и СССР подписали «Китайско-Советский договор о дружбе, союзе и взаимной помощи». Вследствие этого ведущие издания каждой из сторон, «Жэньминь Жибао» и газета «Правда», создали корреспондентские пункты в столице партнера. После этого, с улучшением государственных отношений Китая с другими странами, газета «Жэньминь» начала основывать филиалы в 39 странах мира. Региональные филиалы «Жэньминь»

в Китае представляют 33 отдела<sup>62</sup>. Именно поэтому корреспонденты изучают местную жизнь и самостоятельно разъясняют суть стратегии «Один пояс – один путь» в различных регионах земли.

Так, 6 февраля 2014 г. газета «Жэньминь» впервые сообщила о встрече президента Путина с представителем КНР Си Цзиньпином в Сочи по поводу строительства экономического пояса шелкового пути и морского шелкового пути 21 века, далее обе стороны достигли консенсуса о совместном сотрудничестве между российском проектом «Трансевразийский пояс развития» и китайской стратегией «Один пояс – один путь»<sup>63</sup>. Статья подробно рассказывает о сути и значении обоих проектов в России и в Китае, собственный корреспондент газеты «Жэньминь» открывает картину двусторонней торговли за прошедший год и взаимосотрудничества в энергической, военной, безопасной и др. областях. Впоследствии ИА Синьхуа, Феникс Новости (китайский влиятельный информационный веб-портал), Sina.com (крупнейший китайский информационно-развлекательный веб-портал), Дачжоун Новости (самый большой новостной информационный портал в провинции Шаньдон), Южные Новости (информационный сайт в провинции Гуандун) и другие новостные издания ретранслировали это сообщение<sup>64</sup>. По поводу сотрудничества между российским проектом и китайской инициативой, информационное агентство ТАСС 25 марта 2015 г.

---

<sup>62</sup> 燕频. 人民日报海外版. 《中国报业》, 2015(11). [Янь Пинь. Зарубежное издание газеты Жэньминь. // Китайская газетная пресса. 2015.№11.]

<sup>63</sup> 燕频. 人民日报海外版. 《中国报业》, 2015(11). [Янь Пинь. Зарубежное издание газеты Жэньминь. // Китайская газетная пресса. 2015.№11.]

<sup>64</sup> 燕频. 人民日报海外版. 《中国报业》, 2015(11). [Янь Пинь. Зарубежное издание газеты Жэньминь. // Китайская газетная пресса. 2015.№11.]

публиковало известие «”Транс-Евразийский пояс развития” на “Шелковом пути”», в котором была разъяснена причина соединения двух проектов со стороны Российской Федерации<sup>65</sup>.

Оригинальность самого издания, более или менее, обеспечивает объективность, свежесть идей и прозрачность обсуждения вопросов.

**(4) Основными формулами сообщения являются текст с изображением и текстовая форма**

Табл. 8. Анализ формул сообщения на тему «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь»

Формула сообщения	Количество сообщений	Процент
Текст с изображением	97	55,11%
Текстовая	77	43,75%
Графическая	2	1,14%

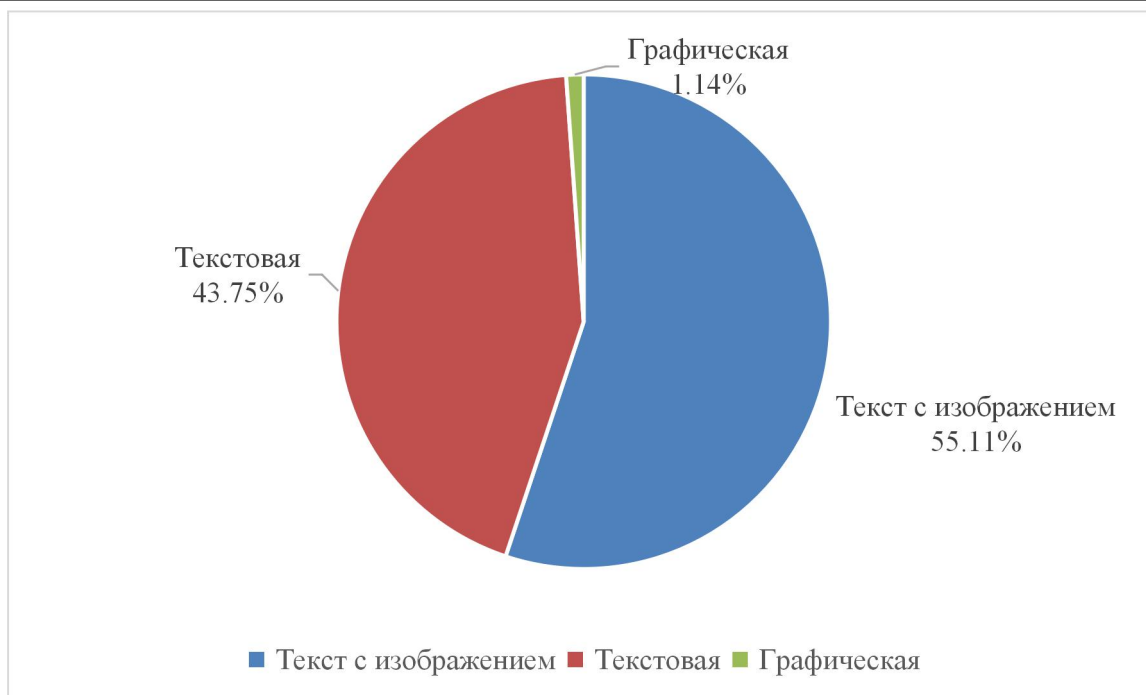


Рис. 9. Процент формул сообщений на тему «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь»

<sup>65</sup> Сайт <http://www.gudok.ru/transport/zd/?ID=1274472> (Дата обращения: 09.04.2017).



Сведения о стратегии «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь» преподносятся в основных форматах: текстовом и фотоиллюстративном. Из них, сообщений в текстовой форме всего – 77, а текстов с фотоиллюстрацией – 97, соответственно 43,75% и 55,11% от общего числа. В дополнение к этому, еще существует 2 варианта в фотографическом формате. Зато аналогичные сообщения в графическом стиле занимает только 1,14%, но они показывают, что информирование о стратегии «Один пояс – один путь» осуществляется с разработкой новых идей.

Важность анализа текстового формата подчеркивается специалистами: «В процессе межкультурного общения текст выступает как посредник, соединяющий две культуры, два сознания коммуникантов, две социоментальные картины мира. В процессе смыслового восприятия текст не только воздействует на языковое сознание реципиента, но и сам подвергается воздействию другой культуры. Для иноязычного реципиента текст-оригинал является фрагментом некой культуры, фиксацией языкового сознания некой лингвокультурной общности. В теории коммуникации язык накапливает и хранит в содержании лексических единиц сведения о предшествующих знаниях о том или ином предмете или явлении. Понять “дух народа”, воплощенный в тексте, можно только “вытянув” на поверхность культурно-национальные особенности концептуальных содержаний языковых единиц, выявив особенности культурно-национального менталитета, которые воспроизводятся из поколения в поколение носителей данного языка<sup>66</sup>».

Кроме текстового формата, большое место среди приведенных выше

---

<sup>66</sup>Борисова. С.А. Текстовая коммуникация как форма межкультурного диалога // Симбирский научный вестник. 2011. № 4. С. 195.

данных занимает фотоиллюстрация. Наряду с текстовыми публикациями газета «Жэньминь» размещает иллюстрации. Они содержат визуальную информацию, которая воспринимается читателями быстрее и воздействуют на них подчас сильнее текстов. В подавляющем большинстве газет важнейшее значение имеют тексты, представленные в различных жанрах. Однако без иллюстраций газетный номер будет неполноценным, – сплошной серый текст тяжело воспринимается читателями, особенно на монотонную тему стратегии «Один пояс – один путь»<sup>67</sup>. Руководители газеты «Жэньминь» не станут лишать себя дополнительного сильного средства воздействия на читателей. С помощью иллюстраций читатели могут посмотреть дорожную карту, реальные изображения инфраструктуры в Африке, картины общественной жизни, воплощенные коммерческие проекты и т. п. Непосредственное восприятие информации с помощью иллюстраций и фотографий происходит легче, чем через сложные серые тексты.

Например, 19 мая 2014 года в зарубежном издании «Жэньминь» вышла статья на тему «Первая реальная платформа Экономического пояса шелкового пути создана, совместный логистический Китай – Казахстан (Ляньюньган) парк водится в эксплуатацию». Материал представлен в формате текста с изображением. Первая часть текста однообразно сообщает ряд мероприятий по упрощению процедур, изменению таможенных правил и укреплению промышленного кластера. Во второй части рассказывается о текущей ситуации в области экспорта и импорта грузов в Казахстане

---

<sup>67</sup> 李宇. 新媒体环境下一带一路沿线文化传播模式研究[J]. 新闻知识.2015(7): 23-25. [Ли Ю. Исследование метода культурного распространения стратегии «Один пояс – один путь» в соответствии с новым медиа-среды // Новости. 2015. №7. С. 23-25.]

посредством интервью с директором Китайского института исследования международных вопросов Цюй Син. Все эти материалы на текстовом уровне рассказывают о том, что выполнимость стратегии «Один пояс – один путь» доказывается за счет построения проекта совместного логистического парка Ляньюньган. В дополнение к этому, в статье еще есть 3 иллюстрации, находящиеся на левой стороне полос, а текст расположен вокруг изображения. На изображениях мы видим грузовик-контейнеровоз, контейнерный причал, контейнеры с товарами в Ляньюньган. Эти рисунки интуитивно открывают современное состояние Китайско-Казахстанского совместного логистического парка и в то же время наглядно показывают читателям, как разворачиваются реальные возможности осуществления инициативы «Один пояс – один путь». Фотографии помогают реципиентам легче воспринимать информацию и в значительной степени повышают степень информационной насыщенности.

**(5) По объему сообщений преобладают длинные тексты**

**Табл. 9. Анализ объемов сообщений на тему «Один пояс – один путь» в зарубежном издании Жэньминь**

<b>Размер сообщения</b>	<b>Количество сообщений</b>	<b>Процент</b>
Меньше 300 слов	11	6.24%
300 – 800 слов	35	19.89%
800 – 2500 слов	106	60.23%
Больше 2500 слов	24	13.64%

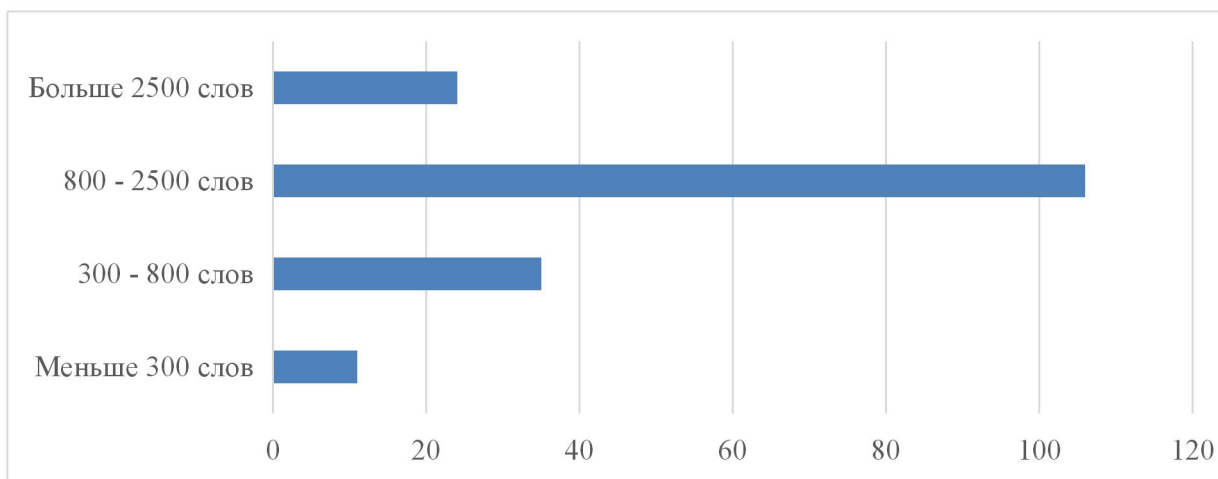


Рис. 10. Процентное соотношение сообщений на тему «Один пояс – один путь» в зарубежном издании Жэньминь

Специалисты по теории журналистики отмечают: «Объем текста в качестве жанрообразующего признака ни в одной из работ не упоминается. При этом подразумевается, что некоторые жанры (очерк, специальный репортаж, журналистское расследование) предполагают скорее объемные тексты, нежели короткие»<sup>68</sup>.

Анализ материалов по тематике «Один пояс – один путь» показал интересные данные с точки зрения объема публикаций. Среди новостей, освещающих этот мегапроект, преобладают материалы объемом 800 – 2500 слов. Их насчитывается 106, по жанру, в основном, это сообщение и обзор. Доля такого рода публикаций составляет 60,23%. Публикаций со словами 300 – 800 всего 35, или 19,89%. В большинстве таких публикаций главным жанром является сообщение. Самых объемных публикаций (больше 2500 слов) всего 24, самых кратких (меньше 300 слов) – 11.

Что касается конкретных цифр, то в качестве пороговых значений,

<sup>68</sup> Колесниченко А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Электронный научный журнал «Медиаскоп». №1. 2015г. URL: <http://www.mediascope.ru/1691#3>. (Дата обращения: 09.04.2017).

начиная с которых текст становится «длинным», обычно указывают 1,5–2 тыс. слов. Объем играет свою роль в процессе пропаганды данной темы.

Чтобы разъяснить простым гражданам сложную государственную стратегию, журналист должен достичь экспертного понимания темы, что позволит ему заметить многие детали и сделать обоснованные выводы. Глубина понимания темы проявляется и в количестве источников информации, использованных при подготовке материала, и в количестве примеров, подтверждающих заявленный тренд, и в информативности текста, когда большой объем сочетается с высокой плотностью смысла. Другими словами, текст в длинном объеме материала включает в себя темы, источник информации и процитированные материалы, конкретные примеры (истории, случаи), репортажные вставки, контекстуальные вставки от лица журналиста и др. Все эти детали помогают конкретно развертывать сложную стратегию перед народом и раскрыть ее более живо и убедительно.

В этом плане среди отобранных для анализа сообщений показательна статья «Номограмма 4 главных источников финансирования стратегии Один пояс – один путь». Статья объемом 1200 слов разделена на 4 пункта: Фонд Шелкового пути, Азиатский банк инфраструктурных инвестиций, Новый банк развития БРИКС и Банк развития ШОС. Именно благодаря четкому структурному делению текст, подробно информирующий о деятельности этих банков, хорошо понимается читателем. Статья рассказывает об условиях их создания, о значении их функционирования, об оборотных денежных ресурсах в этих банках, о направлении инвестиций в вовлеченных государствах и т.п. Четыре рисунка и описание конкретных инвестиционных

проектов этих банков придают статье живость, так как позволяют не только дать общую информацию о фондовых средствах для поддержки стратегии «Один пояс – один путь», но и в деталях наглядно ее представить. И эти подробности открывают реальную картину государственного управления стратегией «Один пояс – один путь».

Объем сообщения опирается на информационное содержание, а уровень и влияние информационного издания определяются качеством содержания. Можно утверждать, что качество и популярность газеты в определенной мере зависят от объема сообщения. Согласно полученным данным, больше 60% сообщений в зарубежном издании «Жэньминь» на тему стратегии «Один пояс – один путь» представляют собой публикации с длинным текстом. Из этого видно, что зарубежное издание «Жэньминь» качественно, глубоко и эффективно пропагандирует государственную стратегию «Один пояс – один путь».

**(6) В жанровом отношении среди публикаций на тему «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь» преобладают информационные материалы.**

**Табл. 10. Количественный анализ использования жанров в материалах на тему «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь»**

<b>Жанры</b>	<b>Количество сообщений</b>	<b>Процент</b>
Информационная заметка	40	22.73%
Репортаж	89	50.57%
Отчет	6	3.41%

Специальное интервью	8	4.55%
Рецензия	28	15.91%
Остальное	5	2.83%

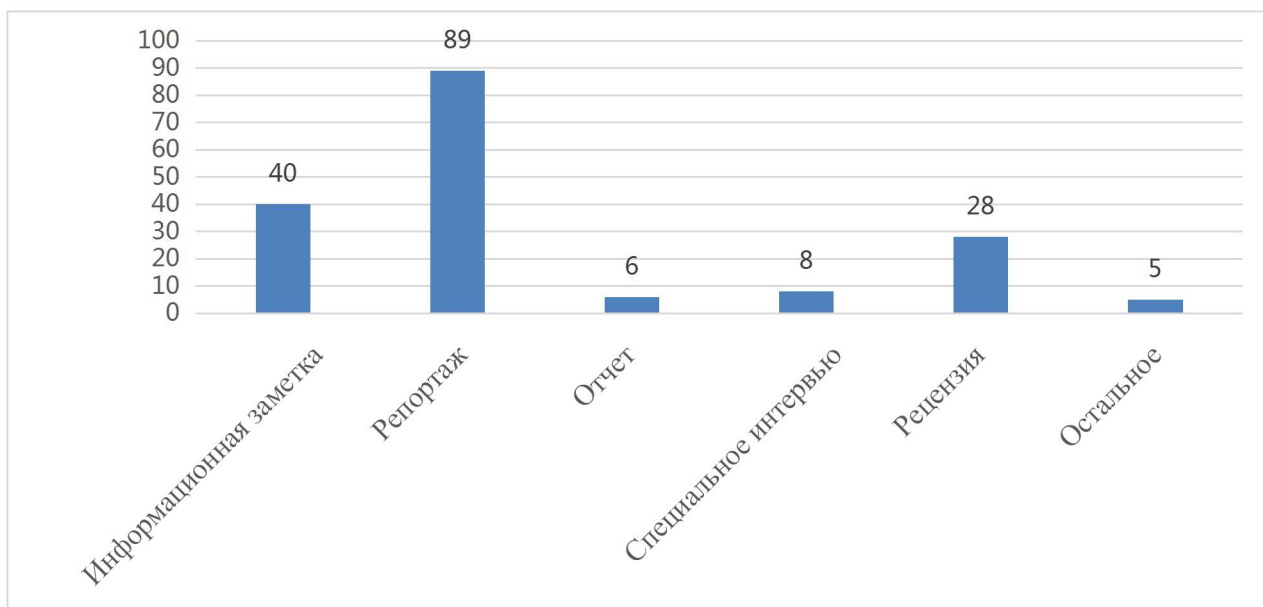


Рис. 11. Процентное соотношение жанров в материалах на тему «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь»

Согласно А. А. Тертычному, теоретическая наука традиционно причисляет к информационной журналистике следующие жанры: информационную заметку, хронику, отчет, интервью, репортаж; к аналитической журналистике – корреспонденцию, статью, обозрение, обзор выступлений СМИ, рецензию, комментарий, литературно-критическую статью; к художественной публицистике – жанры: очерк, фельетон, памфлет, эпиграмму<sup>69</sup>. Взглянув на представленные жанры с точки зрения их функции в процессе информационной коммуникации, мы можем глубже понять характер газеты «Жэньминь».

Выделенные в представленной выше таблице информационная заметка,

<sup>69</sup> Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2000. С.53-231.

репортаж и отчет принадлежат к информационному жанру, а специальное интервью и рецензия относятся к аналитической журналистике. Рассматривая роль целевой установки в жанрообразовании, можно отметить, что аналитическая журналистика при освещении темы мегапроекта «Один пояс – один путь» нацелена на выявление его значения в Китае и в мировой обстановке. А информационная журналистика по этой теме направлена на распространение официальной информации и доведение её до всеобщего сведения.

Приведенные данные показывают, что по горизонтальному сравнению количество публикаций в информационных жанрах намного превышает число материалов в аналитических жанрах. Информационные жанры (информационная заметка, репортаж и отчет) занимают 76,71% среди всего массива публикаций, а аналитические жанры (специальное интервью и рецензия) получили только 20,46%. Это совсем неравномерно. По вертикальному сравнению, т.е. по количественному показателю, репортаж и информационная заметка играют главную роль в жанровом составе выбранных единиц на тему стратегии «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь». Сравнительный анализ выявил, что зарубежное издание «Жэньминь» отдает предпочтение простой репликации и представлению информации о проекте, при отсутствии глубокой интерпретации проводимой политики по его реализации. Далее мы конкретно рассмотрим жанры с большой пропорциональной величиной.

В информационных жанрах СМИ передают аудитории сведения о событиях, но при этом важно умение видеть, отбирать, оценивать,



комментировать и оперативно реагировать на новые общественно значимые факты. *Информационные жанры* отличаются особыми приемами передачи информации, «телеграфным стилем» в контексте реального времени. Оперативность, емкость, сжатость, новизна информации, социальная значимость – их неотъемлемые характеристики<sup>70</sup>. Главная из них – новость: срочное, интересное, занимательное сообщение о новом событии.

*Репортаж* – оперативная форма эмоционального, наглядного изображения события, участником которого был сам автор<sup>71</sup>. Согласно полученным данным, 50,57% освещений в газете «Жэньминь» относится к группе репортажа (включается 89 единицы). Главным содержанием этих публикаций являются внедрение и развитие стратегии в местных районах, международная политика Китая, санкционированный выпуск о совещаниях и официальных документах, информация о различных саммитах на высшем уровне.

*Информационная заметка* – сообщение в 20–100 строк, имеющее заголовок и авторскую подпись<sup>72</sup>. 40 единиц заметок на тему стратегии «Один пояс – один путь» кратко информируют о международных и государственных мероприятиях, которые помогают осуществить этот мегапроект. В заметках только факт – это достоверная новость. В них только основные и главные элементы отражения события. Например, в

---

<sup>70</sup> 胡立德. 新闻体裁类别研究. 《浙江传媒学院学报》, 2014(5):102-110. [Ху Лидэ. Жанровая категория в журналистике. // Вестник Чжэцзян Медиа Институт. 2014. №5. С.102-110.]

<sup>71</sup> Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста: уч. пос. – СПб.: Питре, 2009. С.135.

<sup>72</sup> Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста: уч. пос. – СПб.: Питре, 2009. С.135.

заметке «Транспортная скорость в торговом коридоре экономического пояса Шелкового пути увеличивается» рассказывается о том, что новое экономическое сотрудничество между Китаем и Таиландом добавили несколько пунктов: устранение сложных таможенных процедур, сокращение времени перевозки грузов, укрепление двухстороннего сотрудничества между частными предприятиями.

*Информационный отчет* – концентрированная подача какого-либо прошедшего события, мероприятия. Отчет отличается от других жанров сухостью и последовательностью изложения. Виды отчетов: общий отчет, тематический отчет и отчет с комментариями<sup>73</sup>. Здесь в образчике всего 6 информационных отчетов – все они принадлежат общему отчету, то есть они содержат изложение фактов в хронологическом порядке. Темы трех из них: «Проект построения коммерческого транспортного центра собрания и распределения в городе Сиань», «План развития города Синьцзян (автономный район в Китае) под стимулированием стратегии Один пояс – один путь», «Инвестиционная стратегия под движением один пояс – один путь». Эти отчеты сообщили о серьезных общественных и политических мероприятиях. Отчет содержит изложение «сценария» действия. В них журналисты подробно описали мероприятия и развитие этих действий, таким образом, читатели узнали конкретные факты об этой стратегии. Через полноту событийной информации в жанре информационного отчета люди заметили жизненные изменения в реальной действительности и узнали о конкретных мероприятиях в экономической, политической, общественной

---

<sup>73</sup> Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста: уч. пос. – СПб.: Питре, 2009. С.128.

сферах.

В сфере *аналитических жанров* эффективность обеспечивается масштабностью взгляда на сущность явлений, комплексным подходом к анализу проблем действительности, расширением тематики за счет обзоров по широкому кругу вопросов, интересующих аудиторию<sup>74</sup>. По полученным данным, всего только 20,46% освещений принадлежит аналитическому жанру, в том числе специальное интервью – 8, рецензия – 28. В общем, в сравнении с информационными жанрами, единиц аналитических жанров слишком мало. Их главное содержание заключается в выражении взглядов на цели и значение стратегии «Один пояс – один путь», а также в формулировании рекомендаций по ее реализации. Из-за своего официального характера и преимуществ доступа к ресурсам, газета «Жэньминь» делает акцент на оригинальности новостей. «Жэньминь» стоит на стороне правительства и использует компетентные источники информации, чтобы составить свое собственное представление и направить общественное мнение. Благодаря диверсификации источников новостей, богатым формам выражения и широте информационного охвата, большинство выступлений газеты «Жэньминь» на тему «Один пояс – один путь» оригинальны<sup>75</sup>.

*Специальное интервью* означает диалог журналиста с человеком или между людьми, представляющими интерес для определенной читательской

---

<sup>74</sup> 胡立德. 新闻体裁类别研究. 《浙江传媒学院学报》, 2014(5):102-110. [Ху Лидэ. Жанровая категория в журналистике. // Вестник Чжэцзян Медиа Институт. 2014. №5. С.102-110.]

<sup>75</sup> 燕频. 人民日报海外版. 《中国报业》, 2015(11). [Янь Пинь. Зарубежное издание газеты Жэньминь. // Китайская газетная пресса. 2015. №11.]

аудитории<sup>76</sup>. В ходе интервью, взятых у мэра города Сиань, у министра иностранных дел Ван И, рассказывающих о современной политике, журналисты задали несколько актуальных вопросов и создали поводы для дискуссий. Так газета «Жэньминь» влияет на общественное мнение.

*Рецензия*, которая является главным жанром аналитической журналистики среди этих 176 единиц, дает подробный обзор и анализ актуальных событий и ситуаций, разъясняет происходящие процессы и ориентирует читателя на дальнейшие самостоятельные размышления. На тему стратегии «Один пояс – один путь» опубликованы 28 рецензий, в которых рассказывается о сотрудничестве в рамках морского шелкового пути с древности до сих пор, о проблемах строительства трансазиатской железной дороги, о нефтепромышленном развитии северо-восточного региона Китая. Факты здесь становятся поводом для того, чтобы поставить эти важные и актуальные проблемы, касающиеся стратегии «Один пояс – один путь», и проанализировать тенденции общественного развития. Кроме этого, журналисты передают мнения политиков и критиков, чтобы дать людям услышать другой голос.

**(7) Зарубежное издание «Жэньминь» в основном демонстрирует положительное отношение к стратегии «Один пояс – один путь».**

Табл. 11. Анализ отношения к стратегии «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь»

Отношение к стратегии «Один пояс – один путь»	Количество новостей	Процент

<sup>76</sup> Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста: уч. пос. – СПб.: Питре, 2009. С.115.

Положительное отношение	163	92,61%
Нейтральное отношение	13	7,39%
Отрицательное отношение	0	0.00%

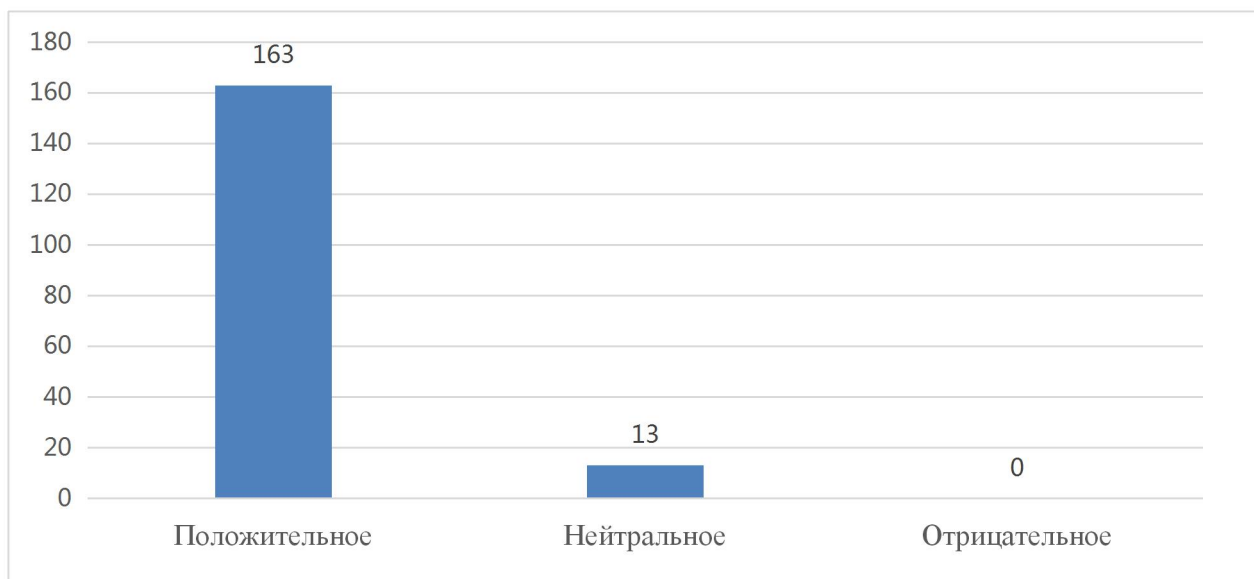


Рис. 12. Процентные показатели отношения к стратегии «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь»

Статистика показала, что сообщений с положительным отношением к стратегии «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь» в течение двух с половиной лет всего насчитывается 163 единицы, их доля достигает 92,61%. Исходя из этого можно сказать, что зарубежное издание «Жэньминь» в основном предлагает позитивное освещение на тему «Один пояс – один путь». Газета использует ряд положительных слов и позитивных эффективных мер, чтобы пропагандировать стратегию «Один пояс – один путь». Среди всех материалов нейтральное отношение показывают только 13 единиц, что составляет 7,39%, и вообще не встречается сообщений с негативным отношением.

Необходимо отметить, что китайский государственный строй –

социалистическая демократическая республика. С начала 1990-х годов газета «Жэньминь» и центральная телекомпания CCTV сформировали высокоцентрализованный контекст в СМИ. Они регулярно обращаются к мировоззренческим и ценностным проблемам, которые неоднозначно воспринимаются народом. Отношение лидирующей медиа к определенному образу жизни становится отношением всего народа. С этой точки зрения пропаганда государственной концепции в СМИ эффективна. В то же время одностороннее освещение стратегии, навязывание определенных взглядов ограничивает понимание аудитории. Люди вынуждены получать только позитивную информацию. Отсутствие критики из внешнего мира является недостатком официальной прессы в социалистической стране. В связи с этим китайская традиционная журналистика нуждается в совершенствовании.

**(8) В повестке дня зарубежного издания «Жэньминь» отдается предпочтение экономической и сводной тематике.**

В ходе анализа рубрик, в которых размещались отобранные материалы по теме стратегии «Один пояс – один путь», были выделены и подсчитаны ключевые слова из 176 образчиков. В результате обнаружены следующие слова с высокочастотным употреблением: Китай, сотрудничество, государство, развитие, создание, экономика, стратегия и концепция, международное положение, шелковый путь, Циндао (город в провинции Шаньдун на северо-востоке Китая), инвестиция, предпринимательство, культура, коммерция, туризм. В приведенной ниже таблице 176 сообщений из газеты «Жэньминь» были разделены по 6 тематик: сводная тема (включает в себя такие ключевые слова, как Китай, государство, сотрудничество, развитие

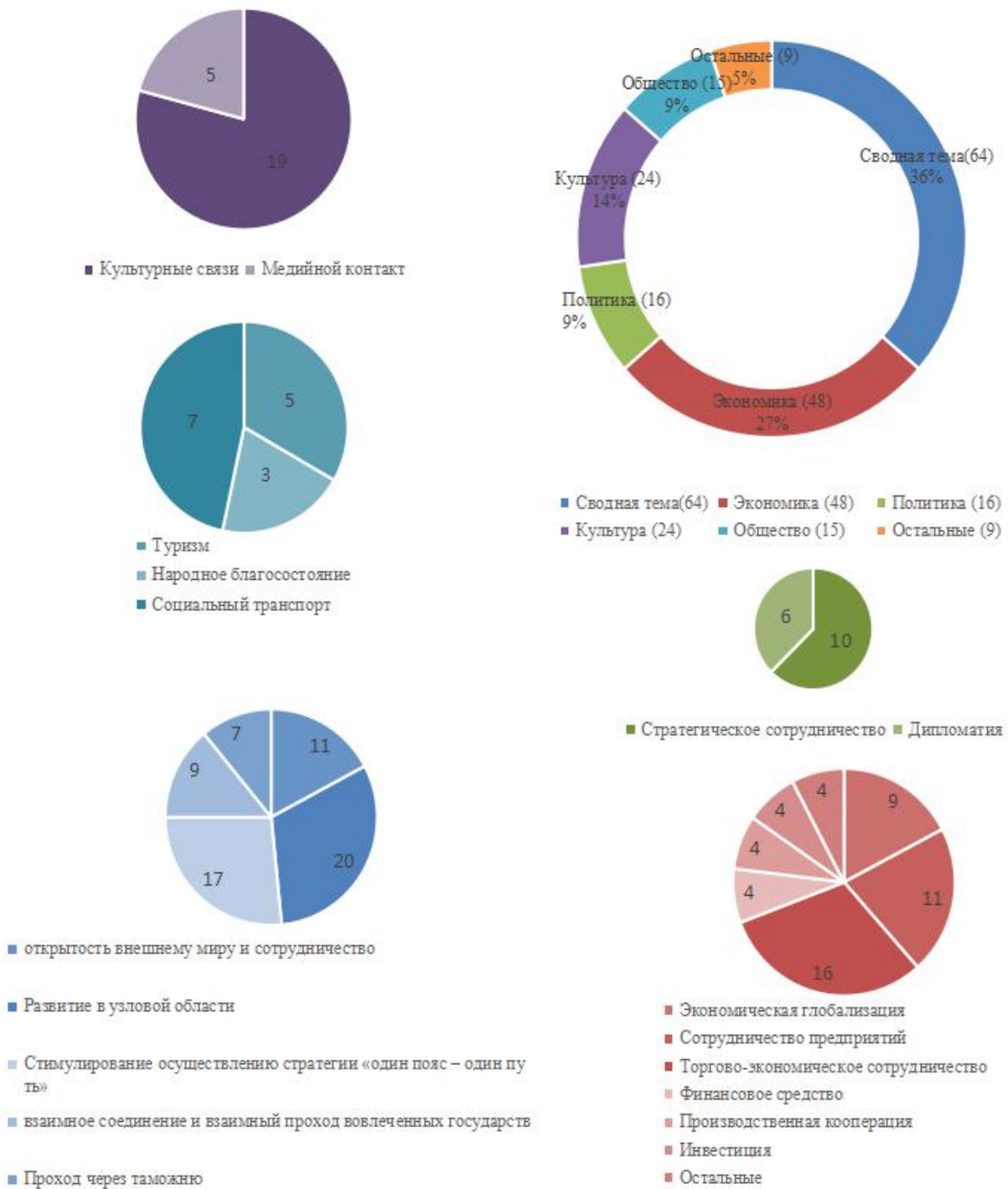
и т.п.), политика, экономика, культура, общество и остальные.

Табл. 12. Количественный анализ тематики новостей в зарубежном издании Жэньминь на тему «Один пояс – один путь»

Тематика новостей	Подкатегория	Количество новостей	Процент
Сводная тема(64)	открытость внешнему миру и сотрудничество	11	36,36%
	Развитие в узловой области	20	
	Стимулирование осуществлению стратегии «Один пояс – один путь»	17	
	взаимное соединение и взаимный проход вовлеченных государств	9	
	Проход через таможню	7	
Экономика (48)	Экономическая глобализация	9	27,27%
	Сотрудничество предприятий	11	
	Торгово-экономическое сотрудничество	16	
	Финансовое средство	4	
	Производственная кооперация	4	
	Инвестиция	4	
	Остальные	4	
Политика (16)	Стратегическое сотрудничество	10	9,09%
	Дипломатия	6	
Культура (24)	Культурные связи	19	13,64%
	Медийная связь	5	
Общество (15)	Туризм	5	8,52%
	Народное благосостояние	3	
	Социальный транспорт	7	

Остальные (9)		9	5,11%
---------------	--	---	-------

Рис. 13. Процентные показатели по тематике новостей в зарубежном издании Жэньминь на тему «Один пояс – один путь»





По вышеуказанной схеме видно, что основными темами сообщений о стратегии «Один пояс – один путь» в зарубежном издании «Жэньминь» являются сводная тема и экономика, их соответственная доля составляет 36% и 27%. В том числе сюда включаются подкатегории, например: открытость внешнему миру и сотрудничество, развитие в узловой области, стимулирование осуществления стратегии «Один пояс – один путь», взаимодействие вовлеченных государств, экономическая глобализация, сотрудничество предприятий, торгово-экономическое сотрудничество, финансовые средства и производственная кооперация, инвестиции. Кроме этого, есть 24 сообщения по вопросам культуры, 16 – на политические темы, 15 – на темы общества.

Очевидно, что зарубежное издание газеты «Жэньминь» рассматривает стратегию «Один пояс – один путь» равно со всех сторон: не только сообщает сведения в политической и экономической области, но и рассказывает о культурной и общественной жизни в контексте этого проекта. Благодаря такому приему «Жэньминь» расширяет и обогащает представления читательской аудитории о данной государственной стратегии.

Приведем примеры сообщений о политической, экономической, культурной и общественной сторонах этой темы. Во-первых, затронем тему международного сотрудничества. Согласно материалам выпуска зарубежного издания газеты «Жэньминь» от 21 сентября 2015 года, представители Китая заключили контракт с Бангладеш на строительство самого большого моста «Падма» в Бангладеш в течение 3 лет. Этот проект начался в 2014 году, мост будет пересекать самую большую реку в южной Азии – Падму, он соединит

восточный и южный районы Бангладеш и снимет проблему переправы. В интервью корреспонденту Оян Хиадань местные водители, доставляющие товары сказали, что им нужно 5–7 часов для того, чтобы переправить товары без моста, а в условиях плохой погоды им приходится ждать 3–5 дней, а будущий мост «Падма» поможет им перевозить товары через реку Падму и решить застарелую проблему переправы. Этот инфраструктурный проект в значительной степени облегчает транспортировку между берегами реки Падмы и становится важным каналом «Трансазиатской железной дороги».

Согласно интервью, взятому корреспондентом газеты «Жэньминь» у исследователя института Китая международных вопросов Ян Сию, прежней китайской экономической стратегией было привлечение внекитайских ресурсов, особенно инвестиций иностранных государств, но теперь она себя исчерпала. Значение стратегии «Один пояс – один путь» может приравняться к политике «реформы и открытости» 1978 года для Китая. Он сказал, что в 2012 году 84% импорта нефти Китая должно осуществляться через Малаккский пролив (между полуостровом Малакка и островом Суматра), Морской шелковый путь помогает снижению зависимости от импорта энергии через важный пролив.

Второй пример относится к политической теме. «Жэньминь» опубликовала доклад Цзен Шаонин, профессора института экономики и менеджмента Сианьского нефтяного университета, под названием «Действенность Экономического шелкового пути», который позиционирует город Сиань как ключевое место открытости и реформы. В докладе говорится, что одна из причин относительного медленного экономического развития в

городе Сиань заключается в том, что Сиань находится на северо-западе Китая, далеко от приморья или границы. Там плохая открытость, импорт и экспорт торговли занимает слишком маленькую долю. В 2014 году степень зависимости города Сиань от внешней торговли составила 28,6%, а средняя государственная степень зависимости от внешней торговли достигла 46%. Стратегия «Один пояс – один путь» помогает повысить экспорт изделий машиностроения и электроники, которые являются основной промышленной отраслью города. Что касается иностранных инвестиций, городские предприятия инвестируют и строят завод в центральной Азии при совместном участии. Это помогает переносу приоритетных отраслей промышленности в центральную Азию и передаче избыточных производственных мощностей города, способствует повышению уровня экономической трансформации.

Третий пример раскрывает социально-культурную тему. Газета «Жэньминь» цитирует слова президента Си Цзиньпин о том, что стратегия «Один пояс – один путь» включает «пять коммуникаций и три общности». Пять коммуникаций – политическая, инфраструктурная, торговая, финансовая и общественная. Три общности – значит общность интересов, общность судьбы и общность ответственности. Их совмещение приносит всеобщую взаимную выгоду. Благодаря широкому распространению через газету «Жэньминь», выражение «пять коммуникаций и три общности» уже стало определенным термином в китайском языке, и активно перепечатывается.

Кроме этого, стратегия приносит пользу и в жизни обычных людей. По

данным зарубежного издания газеты Жэньминь от 23 июля, поезд с китайскими товарами из Чунцин (город центрального подчинения КНР, находится на юге Китая) отправится через Синьцзян Алашанькоу (город уездного значения в Синьцзян-Уйгурском автономном районе КНР), Казахстан, Россию, Беларусь, Польшу и доедет до Дуйсбурга (город в Германии). Весть о том, что «китайские товары отгрузили к прямо к двери», приветствовали восточно-европейские толпы.

Газета «Жэньминь» также сообщает об академической деятельности, чтобы доносить международное мнение до адресата и расширять границы информированности о данной государственной стратегии. Именно газета «Жэньминь» в этом направлении помогает разбить ограниченность однопартийного государства.

Например, она сообщает, что около 30 известных ученых из США, Франции, Австралии, Бельгии, Дании и других стран, а также отечественных экспертов участвовали в форуме, на котором прошли ожесточенные дебаты и дискуссии по теме «Стратегическая концепция Один пояс – один путь и международное общество». Фокусными вопросами были: «как иностранные люди рассматривают стратегию Один пояс – один путь», «какой резонанс в мире получает эта китайская инициатива», «какие задачи стоят перед Китаем». Этот мозговой штурм даёт нам новое откровение.

«Жэньминь» опубликовала интервью с Hejduk. Hejduk – немецкий ученый, известный политолог, который рассмотрел две точки зрения по стратегии «Один пояс – один путь»: мнение Восточной Европы и мнение Западной Европы. Наблюдение с этих двух ракурсов дало одинаковый

результат: Европа выиграет от реализации стратегии «Один пояс – один путь», как и две тысячи лет назад, когда древний Шелковый путь принёс Европе пользу из Китая.

По его наблюдениям, в регионах Восточной Европы люди относятся к проекту «Один пояс – один путь» с более положительным отношением, в частности в Польше. Польские портовые города на пути международных грузовых поездов Чунцин – Синьцзян – Европа и Иу – Синцзян – Европа становятся крупнейшими бенефициарами. Именно в этих городах товарооборот увеличился, возможности трудоустройства повысились, поляки выражают своё одобрение и реакция учёных отражает большой энтузиазм.

«Насколько я знаю, Мозговой центр (научно-исследовательский центр в Польше, который включает «кузницу идей», «мозговой центр», «фабрику мысли») опубликовал несколько научных статей, дающих положительные комментарии к стратегии «Один пояс – один путь», – сказал он.

В родной стране Hejduk – Германии, из-за сложной экономической структуры, число китайских компаний давно уже достаточно велико, и немцы очень приветствуют инвесторов из Китая. По словам Hejduk, «Германия имеет много семейных предприятий с передовой технологией, но им не хватает капитала. Им нужен капитал для достижения экспансии, откуда получить капитал? Из Китая». В конце интервью, Hejduk сделал вывод, что с экономической точки зрения «Один пояс – один путь» является инструментом экономического обмена и взаимовыгодного сотрудничества. Чем больше стран участвует, тем больше пользы появится.

Но не все страны, попадающие в зону Экономического пояса шелкового

пути, понимают эту стратегию, поэтому сложилась неопределенная ситуация.

23 июля 2015 года профессор университета Южной Дании Финн Ларсен в своем выступлении признался, что «Один пояс – один путь» для него – это новое понятие. Когда он впервые услышал об этой концепции, он долго искал сведения о ней через Google. Его слова косвенно отражают, что тогда люди в некоторых странах Северной Европы не обратили внимания на эту стратегию.

В газете «Жэньминь» от 11 февраля 2015 года профессор Колледжа Европы (колледж находится в Бельгии) Мень Джин (китайская женщина, которая живёт в Бельгии) заметила, что дискуссия о стратегии «Один пояс – один путь» теперь находится в ситуации «неравномерного развития». Если искать по ключевым словам «Один пояс – один путь» в поисковой системе Baidu (крупнейшая поисковая система в Китае), мы можем получить более 1,2 миллиона результатов, но внутри Европы эта инициатива не получает достаточного внимания. Она привела пример, что в данный момент ЕС не имеет официальных отчетов или анализа по теме «Один пояс – один путь», там никогда не проводилось тематических конференций или семинаров.

Согласно исследованию профессора Мень Джин, ЕС и его государства-члены проявляют различное отношение и имеют неодинаковое восприятие китайской стратегии «Один пояс – один путь». Так как «Один пояс – один путь» обеспечивает стратегические связи между странами, государства-члены ЕС относительно активны, но ЕС как координатор политики пока не предпринимает действий. Профессор Мень Джин внесла предложение в будущем чаще организовывать международные конференции на тему «Один пояс – один путь», подчеркивая, что это не только китайское дело, и ему

нужно понимание и резонанс в мире.

Здесь можно сказать, что газета «Жэньминь» объясняет и анализирует стратегию «Один пояс – один путь» с различных точек зрения. В политической среде показана её дипломатическая функция: изменить мироустройство, решить проблему неравномерного развития между востоком и западом Китая, развивать региональное сотрудничество в Азии и т.д. В экономической сфере раскрывается её экономическое значение: развивать мировой торговый обмен и стимулировать экономическое развитие в западной части Китая и др. В культурной сфере проявляется такое её важное общественное значение, как улучшение качества жизни человека.

В самом деле, при совместных усилиях Китая и стран-участниц «Один пояс – один путь» превращается в реальность, а не остается только стратегическим планом. Проект уже получает развитие в транспортной инфраструктуре, в двустороннем региональном сотрудничестве, в финансовой стабильности и т.д.

Китайская пресса уделяет все больше и больше внимания процессу реализации проекта «Один пояс – один путь». Правительство Китая прилагает огромные усилия к развитию внутреннего и международного сотрудничества. Государственная инициативы КНР имеет хорошие перспективы.

## **2.2 Проблемы продвижения китайской инициативы в вовлеченных государствах**

Агитировать за реализацию любой государственной стратегии без учета

сложностей и противоречий, встречающихся на пути ее осуществления, невозможно, поскольку на начальном этапе этого процесса неизбежно возникает множество различного рода препятствий, которые могут быть связаны как с наличием оппозиционных мнений внутри страны, так и с существованием международных противоречий.

Не стал исключением и процесс пропаганды реализации выдвинутой Китаем стратегии «Один пояс – один путь», по поводу которого уже сформировался определенный круг мнений со стороны представителей китайских предприятий и представителей бизнеса других стран, а так же политологов и экономистов со всего мира. При этом, освещая стратегию «Один пояс – один путь», средствам массовой информации необходимо помнить о разнице интересов и политических идеологий заинтересованных сторон, о вероятности возникновения культурных и религиозных конфликтов, и пытаться склонить стороны к позитивному мнению в отношении реализации упомянутой стратегии.

В настоящее время Китай имеет сложные международные отношения с большинством стран мира, и потому пропаганда реализации стратегии находится в сложной ситуации. Например, по таким вопросам как проблемы в Южно-Китайском море, положение Тайваня, независимость Тибета, Китай скорее будет объектом критики со стороны иностранных СМИ, которые полагают, что китайское правительство занимает такую позицию в указанных вопросах, преследуя свои собственные международные и экономические интересы. То есть, в такой ситуации медиа – это обоюдоострый меч, который, с одной стороны, помогает людям получать новую информацию, а с другой



стороны, зарождает зерна недоверия и сомнения в умах людей.

Как пример успешной коммуникации можно привести коммуникативную стратегию Азиатского банка инфраструктурных изменений (далее – АБИИ), на сайте которого читатели могут ознакомиться с информационной лентой новостей о происходящем в Китае, происходящих важных событиях и планах на будущее. Так же и в реализации стратегии «Один пояс – один путь» коммуникаторам следует хорошо понимать кросс-культурный контекст данного процесса и пытаться вникать в его реальные проблемы, в противном случае трудно будет сделать предварительную оценку возможных результатов этого процесса. В связи с этим, в настоящее время в китайской журналистике используется дифференцированный подход к пропаганде реализации стратегии «Один пояс – один путь». Это означает, что в различных странах и регионах главные темы и направления пропаганды реализации стратегии со стороны СМИ должны максимально соответствовать интересам и традициям местного населения, СМИ должны рассказывать об этой стратегии удобным для населения этих территорий способом. Например, использование какого-либо известного в СМИ приема в одних странах будет приветствоваться в целом, а в иных странах люди будут бойкотировать то или иное событие из-за религиозных соображений. Таким образом, строить отношения на основе взаимного доверия важнее, чем просто реализовывать стратегию, как она есть в теории. Сужение психологического расстояния между СМИ и обществом – вот желаемый результат этой работы.

Например, перед такой важной для Китая газетой как «Жэньминь жибао» в настоящее время стоит трудная задача, а именно – объяснить

возможность политических конфликтов, которые могут возникнуть из-за реализации государственной стратегии «Один пояс – один путь» для стран, регионов и населения. Рассмотрим подробнее указанные сложности.

***Проблемы, возникающие в процессе пропаганды реализации государственной стратегии «Один пояс – один путь» на африканском континенте***

Для того чтобы понимать отношение африканского континента к реализации стратегии «Один пояс – один путь», необходимо знать корни конфликта между Китаем и Африкой. Ниже перечислены основные противоречия в реализации стратегии «Один пояс – один путь» со стороны Африки: 1) опасение того, что Китай будет осуществлять поглощение ресурсов африканского континента для реализации своих интересов; 2) китайские бизнес-сообщества в совместных проектах предпочитают использовать китайских рабочих, а не местных жителей, 3) опасения, связанные с широкомасштабным приобретением земельных ресурсов китайскими предприятиями, 4) конфликты в области торговли и инвестиций, 5) проблемы, связанные со статусом острова Тайвань.

Через призму вышеуказанных существующих противоречий рассмотрим, каким образом китайские СМИ реагируют на них и объясняют отношение Африки к реализации стратегии «Один пояс – один путь». Так, согласно сообщению газеты «Жэньминь жибао» от 30.03.2015, Египет официально вступил в членство и стал первым государством в Африке, вовлеченным в реализацию стратегии «Один пояс – один путь». «Жэньминь жибао» последовательно освещала данное событие и в своих многочисленных

публикациях на эту тему многократно подчеркивала ту пользу, которую принесло это членство Египту. В материалах за период с 27.03.2015 по 08.04.2015 г. газета «Жэньминь жибао» рассказывала о начале реализации инфраструктурных проектов в Египте, о вовлечении большого количества местных жителей в работу на китайских предприятиях, о том, что планируется строительство дорог, которые соединят отдаленные окраины и центр городов, благодаря чему транспортная связь станет удобнее и т.д. Данные сообщения были призваны доказать населению Египта тот факт, что стратегия «Один пояс – один путь» является не только формальной межгосударственной договоренностью, а может принести реальную пользу населению Египта. Некоторые египетские СМИ цитировали сюжеты, освещенные «Жэньминь жибао», то есть произошло реальное распространение информации о реализации стратегии «Один пояс – один путь» среди общественности Египта.

Газета «Жэньминь жибао» говорила и о том, что китайские предприятия создают все больше и больше рабочих мест для местного населения. Например, в статье от 30.06.2015 г. на тему «Один пояс – один путь приносит Африке благоприятный шанс» отображен факт увеличения количества рабочих мест в Египте, а так же доказывается польза от реализации стратегии для всей египетской экономики.

В настоящее время многие африканские страны сомневаются в разумности реализации стратегии «Один пояс – один путь» из-за спорной ситуации с положением острова Тайвань. По сообщению газеты «Жэньминь жибао» от 18.01.2016 г., Тайвань хочет вступить в АБИИ, однако

правительство Китая отказало ему во вступлении, поскольку считает, что Тайвань не является самостоятельным суверенным государством, а является частью Китая. Этот инцидент вызвал международный конфликт и оказал негативное влияние на реализацию стратегии «Один пояс – один путь». «Жэньминь жибао» перед зарубежной общественностью постоянно и неизменно подчеркивает принцип «единого Китая» в отношении статуса Тайваня, однако умолчало о желании Тайваня вступить в АБИИ.

*Сложности и противоречия, возникающие в ходе пропаганды реализации государственной стратегии «Один пояс – один путь» на азиатском континенте*

Китай окружают четыре близкие ему субрегиона: Северо-Восточная Азия, Юго-Восточная Азия, Южная Азия и Центральная Азия. В этой зоне Китай и страны-члены АСЕАН имеют общие границы, где горные территории граничат с территорией океана. Близкая географическая связь и давняя история взаимоотношений Китая и стран АСЕАН обуславливают и наличие взаимоотношений между странами. Конфликты между Китаем и странами АСЕАН затрагивают следующие вопросы: 1. инцидент Меконга (река в Китае, Вьетнаме, Лаосе, Камбодже), 2. территориальный спор о положении в Южно-Китайском море, 3. теория китайской угрозы.

По поводу взаимоотношений с указанным азиатскими субрегионами, газета «Жэньминь жибао» широко освещала заключение договора между Китаем и Лаосом, Мيانмаром, Таиландом, Камбоджей и Вьетнамом и в целом описывала это событие в позитивном ключе. Термин «Ланьме – обещание» стал главным словом пропаганды «Один пояс – один путь»,

связанным с реализацией стратегии в странах бассейна реки Меконг. «Ланьме» – сокращение на китайском языке от названий Ланьцанцзян и Меконг, то есть это два имени разных района с одной рекой на их территории. Этот термин был впервые упомянут в статье «Жэньминь жибао» от 24.03.2016 г., освещающем первый саммит представителей Ланьцанцзян и Меконг на высшем уровне. Именно на саммите премьер-министр Китая Ли Кэцян анонсировал планы по реализации ряда совместных проектов с пятью странами, вовлеченными в реализацию стратегии «Один пояс – один путь», сумма которых должна достигнуть 5 триллионов долларов США.

Согласно 30 публикациям «Жэньминь жибао» в 2016 году, посвященных стратегии «Один пояс – один путь», в большинстве из них говорится о выгоде для китайской стороны освоения территории района реки Меконг.

Что касается конфликта в прибрежных районах Меконга, то по поводу них китайские СМИ пишут, что развитие стратеги «Один пояс – один путь» поможет совершенствовать региональное законодательство и будет способствовать контролю над уровнем преступности в странах азиатского региона. В большинстве этих публикаций превалирует позитивное отношение к событиям.

Рассмотрим, как «Жэньминь жибао» освещала конфликт с Филиппинами 29.06.2015 г. По информации «Жэньминь жибао», конфликт состоял в том, что Филиппины отказались вступить в АБИИ, а 08.06.2015 г. японский премьер-министр Синдзо Абэ обвинил в этом АБИИ и осудил китайское правительство за амбиции КНР в Южно-Китайском море. 29.06.2015 г. «Жэньминь жибао» передала полное содержание пресс-конференции

«Ответы китайского Министра иностранных дел на вопрос о Южном море и подписании соглашения АБИИ». В этой статье китайские власти публично выразили позицию Китая по вопросу Южного моря и по поводу отношения к Республике Филиппины и Тибету. Также газета «Жэньминь жибао» еще раз упомянула о важности исторических отношений между Китаем и Республикой Филиппины для того, чтобы местные читатели смогли понять суть конфликта между странами.

Третий конфликт касается теории китайской угрозы. Во всех сообщениях, освещающих этот конфликт газетой «Жэньминь жибао» в 2016 году, всего 8 публикаций имеют отношение к Малайзии, Индонезии и Сингапуру. Они информировали о проведении совместных совещаний представителей стран, о заключении инвестиционных договоров, о соглашении «Один пояс – один путь» и т.п. В том числе, есть 5 публикаций, рассказывающих о выступлении государственных чиновников Сингапура, Малайзии и Индонезии. Именно их государства безусловно поддерживают стратегию «Один пояс – один путь» и на государственном уровне это приносит больше пользы, нежели неудач.

Таким образом, пропаганда реализации стратегии «Один пояс – один путь» в странах АСЕАН в целом проходит довольно успешно. Однако между государствами все еще существуют географические и политические конфликты, но китайские СМИ довольно внятно и доступно объясняют истоки этих противоречий для местных жителей. Поэтому пропаганда реализации стратегии «Один пояс – один путь» в АСЕАН достигла своего эффекта на высшем уровне.

*Сложности и противоречия, возникающие в ходе пропаганды реализации государственной стратегии «Один пояс – один путь» на Европейском континенте*

Конфликт между Китаем и Европой отражается в следующих вопросах:

1. двухстороннее недопонимание в сфере экономической торговли;
2. вопросы, связанные с правами человека.

Поскольку стратегия «Один пояс – один путь» является государственной политической и экономической стратегией, которую китайское правительство не реализует на территории Европы, то у европейских стран возникает вопрос: для чего европейским странам следует согласовывать стратегию «Один пояс – один путь».

По сообщению газеты «Жэньминь жибао» от 12.03.2015 г., Англия стала первым европейским государством, вступившим в АБИИ, затем и такие страны как Франция, Германия, Италия, Корея, Россия, Австралия, Норвегия, Южная Африка, Польша и прочие последовательно подали заявление о вступлении в АБИИ. Избегая возможных трений между Европой и Китаем, центр пропаганды «Один пояс – один путь» тесно сотрудничает с АБИИ и Европейским инвестиционным банком. Именно в этих материалах «Жэньминь жибао» главным образом сообщает о совместно реализуемом инфраструктурном проекте в Африке, о подписании многочисленных соглашений о вступлении и т.д. В некоторых статьях упомянуты вопросы, связанные с экономическими трениями между странами, но в целом данные статьи написаны в позитивном ключе, например: «Европа в настоящее время постепенно уменьшает применение экономических санкций в отношении

Китая...С того времени, как Великобритания вступила в АБИИ, европейское отношение к АБИИ сильно изменилось и Европа стала приветствовать создание китайских предприятий и т.д.»

Как тайванская проблематика, так и вопрос о правах человека в Китае представляется причиной недовольства стратегией «Один пояс – один путь» со стороны стран Европы. Соблюдение прав человека стало ядром конфликта и между Китаем и Японией. Например, в статье «Жэньминь жибао» под заголовком «Япония подала требование в АБИИ: Китаю нужно сначала решить проблемы прав человека и коррупции» от 08.06.2015 г., яростно осуждается японское намерение нарушить достижения АБИИ. В статье с исторической точки зрения подробно рассказано о взаимоотношениях Японии с Америкой и натянутых отношениях с Китаем. Также были статьи с осуждением Японии со стороны Китая, с такими высказываниями как «Япония обесчестила себя из-за стратегии “Один пояс – один путь”», «Синдзо Абэ пробил китайскую проблему в G7», «Неизвестная история АБИИ», «Япония будет стоять наготове по поводу вопроса АБИИ» и т.д.

Согласно вышеизложенному анализу, касающемуся пропаганды реализации стратегии «Один пояс – один путь» со стороны зарубежного издания «Жэньминь жибао», можно заметить следующие **особенности и недостатки китайской журналистики в ходе осуществления данной пропаганды:**

1) Пропаганда в китайской журналистике имеет характер «одномерного насаждения», в ней отсутствует двустороннее взаимодействие. Китайское правительство увеличивает глубину и широту распространения



---

стратегии «Один пояс – один путь» с помощью традиционных СМИ и действует устарелыми однообразными методами. Такой способ коммуникации является довольно простым, но имеет ряд недостатков, таких как отсутствие взаимодействия и связи между сторонами, которое может вызвать ненужные недоразумения.

2) Реализация стратегии «Один пояс – один путь» затрагивает много различных стран, но информированность населения в этих странах об этой стратегии осуществляется не на должном уровне. В китайской пропагандистской практике превалирует принцип: «принять НАШУ сторону в качестве доминирующего фактора», но в настоящее время существует не так много информации для понимания проблемы местными жителями. Во многих странах и регионах население не имеет полного понимания, чем является стратегия «Один пояс – один путь», оно часто отвергает эту стратегию и противостоит ей.

3) Стратегия «Один пояс – один путь» вовлекает в процесс ее реализации многие государства по всему миру, в том числе и те государства, в которых существует достаточно сложная географическая ситуация и проживает большое количество населения. Каждое государство характеризуется различной природной средой, некоторые страны существуют в относительно плохих естественных условиях, а некоторые – в сложной гуманитарной обстановке. Религиозные, мультиэтнические, социальные и демократические факторы вызывают различные требования со стороны населения. Таким образом, в случае пропаганды реализации стратегии «Один пояс – один путь» нужно осуществлять тщательную кропотливую работу в

отношении ее адаптации для людей в разных странах и регионах, создать конкретные операционный и коммуникационный планы, ориентирующиеся на отдельные проблемы.

4) Фокус внимания пропаганды стратегии «Один пояс – один путь» в китайской журналистике находится в сфере экономики и политики. Газета «Жэньминь жибао» не освещает полноценно культурные проблемы реализации стратегии, а лишь акцентирует внимание на передаче информации для укрепления экономического сотрудничества в регионах, на межгосударственной стратегической кооперации в ущерб проблематике культурных ценностей.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день политическая журналистика в КНР не имеет четкой самостоятельной позиции. Она играет роль инструмента для создания государственного имиджа и служит мостом, соединяющим власть и людей в целях пропаганды стратегических решений политического руководства страны. Главная задача журналистики в этих условиях – создавать поле для диалога и принимать активное участие в нем.

Концепция «Один пояс – один путь», выдвинутая председателем КНР Си Цзиньпином в первый же год после его вступления в должность, привлекла к себе широкое внимание как в Китае, так и в других странах. При этом китайские средства массовой информации стали ее важнейшим пропагандистским инструментом. Продвижение инициативы «Один пояс – один путь» посредством массмедиа можно расценивать как действенный способ расширить дискурс КНР в международном информационном поле.

Стратегическая инициатива «Один пояс – один путь» тесно связана с географическим положением и историей Китая. В настоящее время быстрый экономический подъем Китая требует не только привлечения мировых сырьевых материалов, но и выхода на зарубежные рынки сбыта. Эта необходимость определяет сегодняшнее положение Китая. Сейчас все больше и больше сырья приобретается за пределами страны и появляются всё новые покупатели китайских товаров за границей. Китайцы могут выбрать партнера за рубежом, решить в какие сферы инвестировать капитал и как реализовать дальнейшее развитие стратегии. Сама идея соответствует трендам

многополярности мира, экономической глобализации, культурного разнообразия и социального информационного потока.

В информационном сопровождении мегапроекта «Один пояс – один путь» задействованы ведущие массмедиа КНР, такие как информационное агентство «Синьхуа», телекомпания CCTV, газета «Жэньминь Жибао», информационный портал «Хуаньцю Шибао». Благодаря их влиятельности и авторитетности в глазах широкой аудитории пропаганда этой государственной стратегии достигла заметных успехов. Сразу же после выдвижения ее концепции началось активное распространение сведений о ней в СМИ не только внутри страны, но и в международном пространстве. В этой информационной деятельности прослеживаются определенные тенденции и наблюдается расширение направлений коммуникации.

На первом этапе реализации стратегического плана «Один пояс – один путь», когда он был только анонсирован осенью 2013 г. и никто еще не знал самого этого названия, перед правительством КНР встала задача обеспечения грамотного распространения информации об этом проекте в СМИ. На втором этапе, спустя год, когда китайские власти приступили к реализации конкретных инфраструктурных операций, люди уже начали воспринимать эту стратегию и понимать ее суть и значение. Третий этап, продолжающийся с начала 2016 г. и по сей день, показал, что мегапроект начал приносить первые успешные результаты.

Анализ материалов китайских СМИ за период с сентября 2013 г. по декабрь 2015 г. позволил сделать следующие выводы о средствах и динамике пропагандистской кампании в поддержку проекта «Один пояс – один путь»:

ИА «Синьхуа» сразу после анонса этой инициативы в китайских СМИ не обратило на нее особого внимания. Интерес к ней оживился с наступлением 2014 г., когда активизировалось экономическое и политическое взаимодействие Китая с другими государствами, заинтересованными в развитии мегапроекта. Собственно тема «Один пояс – один путь» с января 2014 г. попала в разряд «горячих» новостей и с тех пор удерживается на этой позиции.

На платформе сайта «Хуаньцю», который является электронной версией газеты «Хуаньцю Шибao», был создан специальный канал «Один пояс – один путь». Он стал первым официальным новостным ресурсом, полностью специализирующимся на данной тематике и является сегодня наиболее масштабным полем для пропаганды данной государственной инициативы. Внимание канала сосредоточено на обсуждении вопросов политики, инвестиционных возможностей и регионального экономического развития в контексте осуществления заявленной стратегии.

К настоящему времени китайский государственный телеканал CCTV запустил ряд телепрограмм, а также документальных и хроникальных фильмов, чтобы формировать определенное отношение к мегапроекту путем его всесторонней информационной поддержки.

Таким образом, можно отметить устойчивый интерес китайских СМИ к освещению стратегии «Один пояс – один путь». В настоящее время наблюдается расширение информационного потока, связанного с данной темой, при этом сообщения носят, в основном, позитивный характер. Такое внимание со стороны массмедиа объясняется важностью инициативы,

заложившей основы нового внешнеполитического курса КНР, рассчитанного на долгосрочную перспективу.

Особое место в политической пропаганде китайской инициативы на международной арене занимает зарубежное издание газеты «Жэньминь Жибао». Контент-анализ публикаций этого издания по тематике проекта «Один пояс – один путь» за период с сентября 2013 г. по март 2016 г. выявил следующие показатели:

(1) В целом до апреля 2015 года количество публикаций постепенно повышается, после этого оно удерживается на определенном уровне.

(2) Большинство публикаций размещено на важных полосах.

(3) Главным источником информации в зарубежном издании «Жэньминь» по теме стратегии «Один пояс – один путь» являются его собственные корреспонденты, что обеспечивает оригинальность публикуемых материалов.

(4) Большой процент текстового формата и иллюстрации помогают реципиентам легче воспринимать информацию и повышают степень информационной насыщенности.

(5) По объему преобладают материалы в 800-2500 слов, что оптимально для емкого, конкретного и убедительного представления сложной концепции обычным людям.

(6) В жанровом отношении количество информационных сообщений значительно превышает число аналитических материалов. Это свидетельствует о том, что основное место в зарубежном издании «Жэньминь» отводится простым репликациям при отсутствии глубоких

интерпретаций передаваемой информации о ходе реализации мегапроекта.

(7) В основном в зарубежном издании Жэньминь выражается положительное отношение к данной государственной инициативе.

(8) Газета освещает стратегию «Один пояс – один путь» всесторонне, раскрывая читателям не только ее политические и экономические аспекты, но также культурные и социальные.

Территория, задействованная в реализации стратегии «Один пояс – один путь», включает множество государств и регионов, что порождает немало сложностей и противоречий. При продвижении мегапроекта китайским журналистам приходится учитывать локальные особенности вовлеченных стран и сложное переплетение геополитических, экономических, цивилизационных проблем в межгосударственных отношениях. В китайской журналистике применяется дифференцированный подход к пропаганде государственной инициативы КНР в различных странах. Это означает, что методы пропаганды стратегии и освещения процесса ее реализации должны максимально соответствовать интересам и традициям местного населения. Информация должна быть доходчивой и доводиться до жителей конкретных районов наиболее удобным для них способом.

В качестве рекомендаций китайским журналистам для устранения имеющихся недостатков в сфере политической пропаганды можно выделить следующие положения:

1. Политическая пропаганда в китайской традиционной журналистике имеет характер «одномерного насаждения», в ней отсутствует двустороннее взаимодействие. Необходимо наладить обратную связь, чтобы

слышать голос другой стороны.

2. Китайские традиционные СМИ не достаточно интенсивно распространяются за рубежом, им не хватает влияния на международной арене.

3. Разрабатывая планы пропагандистских мероприятий, СМИ должны учитывать специфику политического, экономического, гуманитарного и религиозного контекста, в котором решаются конкретные проблемы коммуникации.

4. Пропаганду не следует ограничивать сферой политики, напротив, она должна затрагивать все аспекты освещаемых явлений и процессов, включая их социокультурные стороны, для более эффективного воздействия на адресата.

Подводя итог вышеизложенному, можно с уверенностью утверждать, что, несмотря на существенные недочеты, освещение и продвижение государственной стратегии «Один пояс – один путь» стало примером успешной пропагандистской деятельности политической журналистики КНР. Роль традиционных китайских СМИ в этом процессе следует признать значительной. В настоящее время журналисты активно используют информацию по тематике стратегии для повышения интереса к национальной культуре, тем самым способствуя решению важных задач национальной политики.



## Список использованной литературы и источников

### Монографии и учебные издания

1. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. П. Прохорова — 8 е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 2011. 351 с.
2. Деловая журналистика / Под ред. А. В. Вырковского. М.: Медиамир, 2012. 724 с.
3. Дзялошинский И. М. Политическая журналистика. М.: Престиж, 2006. 32 с.
4. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста: уч. пос. – СПб.: Питре, 2009. 272 с.
5. Основы журналистики : учебное пособие / Под ред. С.Г. Корконосенко. М.: КНОРУС, 2016. 272 с.
6. Политическая журналистика / под ред. С. Г. Корконосенко. М.: Юрайт, 2015. 319 с.
7. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2000. 310 с.
8. Теория журналистики: учебное пособие / Под ред. С.Г.Корконосенко. М.: Логос, 2010. 242 с.
9. Gilpin R. Global Political Economy: Understanding The International Economic Order[M]. Princeton University Press. 2001. 440p.
10. Ronald H. Chilcote. Theories of Comparative Politics[M]. Westview Press. 1994. 440p.
11. Roush C. Profits and Losses: Business Journalism and It's Role in Society[M]. Oak Park. 2006. 200p.

- 12.冯梁. 亚太主要国家海洋安全战略研究[M]. 北京: 世界知识出版社, 2012.345 页.  
[Фон Льян. Исследование и стратегии о морской безопасности в главных азиатско-тихоокеанских странах. Пекин: Мир знаний. 2012. 345с.]
- 13.季国兴. 中国的海洋安全和海域管辖[M]. 上海人民出版社, 2009. 349 页.  
[Ди Гуосин. Китайская морская безопасность и подведомственная акватория. Шанхай: Шанхайское народное издательство. 2009. 349с.]
- 14.李向阳. 亚太地区发展报告[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2015. 257 页.  
[Ли Сианян. Доклад о развитии в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Пекин: Общественные науки и литература. 2015. 257с.]
- 15.推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动 [M].国家发  
改委, 外交部, 商务部, 2015(3).( Vision and Actions on Jointly Building  
Silk Road Economic Belt and 21st-Century Maritime Silk Road)  
[Перспектива и мероприятия построения Экономического пояса  
шелкового пути и Морского шелкового пути 21 века. Пекин:  
Национальный комитет реформ и развития, МИД, Министерство торговли  
и коммерции. 2015(3) ]. – URL:  
<http://www.peprobe.com/wp-content/uploads/2015/04/%E6%8E%A8%E5%8A%A8%E5%85%B1%E5%BB%BA%E4%B8%9D%E7%BB%B8%E4%B9%8B%E8%B7%AF%E7%BB%8F%E6%B5%8E%E5%B8%A6%E5%92%8C21%E4%B8%96%E7%BA%AA%E6%B5%B7%E4%B8%8A%E4%B8%9D%E7%BB%B8%E4%B9%8B%E8%B7%AF%E7%9A%84%E6%84%BF%E6%99%AF%E4%B8%8E%E8%A1%8C%E5%8A%A8.pdf> (дата обращения – 20.02.2016).
- 16.王义桅. 一带一路: 机遇与挑战 [M] . 北京: 人民出版社, 2015. 245 页.  
[Ван Ивэй. Один пояс – один путь: возможности и вызовы. Пекин: Народное издательство. 2015. 245с. ]

17. 邹磊. 中国一带一路战略的政治经济学[M]. 上海: 上海人民出版社, 2015. 354 页.

[Цзоу Лэй. Политэкономия в китайской стратегии «Один пояс – один путь». Шайхай: Шанхайское народное издательство. 2015. 354с. ]

18. 赵青海. 可持续海洋安全: 问题与应对[M]. 北京: 世界知识出版社, 2013. 332 页. [Чжао Чинхай. Устойчивая морская безопасность. Пекин: Мир знаний. 2013. 332с. ]

### **Статьи в периодических изданиях**

1. Борисова. С.А. Текстовая коммуникация как форма межкультурного диалога // Симбирский научный вестник. 2011. № 4. С. 195.
2. Демина И. Н. Сущность экономической журналистики // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2011. № 1 (75). С. 217–221.
3. Демина И.Н. Экономическая журналистика: проблемы научного и кадрового обеспечения // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2011. № 3. С. 186 – 189.
4. Демина И.Н. Теории печати и экономическая массовая коммуникация // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2011. № 4. С. 216–220.
5. Демина И.Н. Место научной дисциплины «Экономическая журналистика» в системе наук // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2011. № 5. С. 215–219.
6. Демина И.Н. Экономическая журналистика в массовой коммуникации // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 4. С. 101–111.
7. Демина И.Н. Массовая экономическая коммуникация в условиях модернизации общества // Медиаскоп. 2012. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/976> (дата обращения – 06.05.2017)

8. Демина И.Н. Экономическая коммуникация. Теоретические подходы // Ежегодник 2011. Экономика и менеджмент СМИ. М.: МедиаМир; факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2012. С. 23–44.
9. Демина И.Н. Экономическая коммуникация. Обоснование термина // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2012. № 1. С. 262–266.
10. Демина И.Н. Экономика и журналистика: точки соприкосновения // Вестник московского университета. Серия 10: журналистика. 2009. № 5. С. 68–79.
11. Колесниченко А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2015г. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/1691> (дата обращения - 06/05/2017)
12. Лукьянов Ф. Евразийская интеграция не по-нашему // Российская газета. 2013. 21 ноября.
13. Christopher M. Dent. Path Ahead for East Asia and Asia-Pacific Regionalism // International Affairs. 2013. №4. P. 963–985.
14. Chu Yin, Gao Yuan. China's Belt and Road Initiatives: Three Questions to be Answered // International Economic Review. 2015. №2. P.90–99.
15. David Dollar. China's Rise as Regional and Global Power: The AIIB and the One Belt, One Road // Horizons. 2015. №4. P.162–172.
16. David Arase. China's Two Silk Roads Initiative: What It Means for Southeast Asia // Southeast Asian Affairs. 2015. P. 25–45.
17. Jia Senhao, Chen Shuwen. Study on the Coordination Mechanism Along the Way of “Three Ring Structure” strategy in One Belt and One Road // Science and Management. 2015. №5. P. 57–61.
18. Jacob Stokes. China's Road Rules: Beijing Looks West Toward Eurasian Integration // Foreign Affairs. April 19, 2015. URL: <http://www.foreignaffairs.com/articles/asia/2015-04-19/chinas-road-rules> (дата обращения: 06.05.2017)

- 
19. Li Xiangyang. Relations to Be Prioritized in China's Belt and Road Initiative // *International Economic Review*. 2015. №1. P. 54–63.
  20. Lucio Blanco Pitlo III. China's One Belt, One Road To Where // *The Diplomat*. Feb. 17, 2015. URL <http://thediplomat.com/2015/02/chinas-one-road-to-where/> (дата обращения: 06.05.2017)
  21. Li Daokui, Chenghao. Cooperative Foundation and Investment Strategy of the Silk Road Economic Zone // *China and Globalization*. 2015. №8. P. 29–38.
  22. Lu Feng, Li Xin, Li Shuangshuang, Jiang Zhixiao, Zhang Jieping and Yang yewei. Why is China? Economic Logics of China's One Belt and One Road Strategy[J] // *International Economic Review*. 2015.3. P. 9–34.
  23. Li Xiao, Li Junjiu. One Belt and One Road and the Reshaping of China's Geopolitical and Geoeconomic Strategy // *World Economics and Politics*. 2015. №10. P. 30–59.
  24. Michele Penna. China's Marshall Plan: All Silk Roads Lead to Beijing? // *World Politics Review*. December 9, 2014. P. 1.
  25. Scott Kennedy and David A. Parker. Building China's One Belt, One Road. April 3, 2015. URL: <http://csis.org/publication/building-chinas-one-belt-one-road> (дата обращения: 06.05.2017)
  26. Simon Denyer. China bypasses American New Silk Road with two if its own // *The Washington Post*. Oct. 14, 2013. URL: [www.washingtonpost.com/world/asia\\_pacific/china-bypasses-american-new-silk-road-with-two-if-its-own/2013/10/14/49f9f60c-3284-11e3-ad00-ec4c6b31cbcd\\_story.html](http://www.washingtonpost.com/world/asia_pacific/china-bypasses-american-new-silk-road-with-two-if-its-own/2013/10/14/49f9f60c-3284-11e3-ad00-ec4c6b31cbcd_story.html) (дата обращения: 06.05.2017)
  27. Shi Jianguo. A Literature Review on Current Researches Concerning the “One Belt and One Road” Strategy // *Journal of Chinese neighboring diplomacy*. 2015. №1. P. 130-150.
  28. Shannon Tiezzi. The New Silk Road: China's Marshall Plan? // *The Diplomat*. November 6, 2014. URL: <http://thediplomat.com/2014/11/the-new-silk-road-chinas-marshall-plan/> (дата обращения: 06.05.2017)

- 29.Snyder, R. Scaling Down: The Subnational Comparative Method[J] // Studies in Comparative International Development. 2001. №1. P. 1–20.
- 30.Tao Liang. “Project Mausam”, India’s Maritime Strategy and the “21th Century Silk Road” [J] // South Asian Studies. 2015(3) P. 95–110.
- 31.Wang Zhimin. Analysis of Multi-Interactivity in the Strategy of "One Belt and One Road" // Social Sciences in Chinese Higher Education. 2015.6. P. 49–53.
- 32.Wendell Minnick. China's One Belt, One Road Strategy // Defense News. April 12, 2015. URL: <http://www.defensenews.com/story/defense/2015/04/11/taiwan-china-one-belt-one-road-strategy/25353561/> (дата обращения: 06.05.2017)
- 33.Wang Wei, Wang Yingliang. Diplomatic Strategic Planning under the Guidance of Public Policies: Study of the Chinese“One Belt One Road” Strategy // China and the World. 2013. Vol.3. P. 40–48.
- 34.Wang Yiwei. The "One Belt One Road" Initiative: Legacy and Advancement // Important Issues. 2015.05. P. 19–27.
- 35.Xue Li. Diplomatic Risks Facing China's Belt and Road Strategy // International Economic Review. 2015. №2. P. 68–79.
- 36.Yuan Shengyu, Wang Weimin. The Silk Road Economic Belt and China's Central Asia Policies // World Economics and politics. 2015. № 5. P. 21–41.
- 37.Zhang Wenmu. Hard to Find Everywhere Are Friends, Having Friends Makes the Paths Easier to Travel – The Political Meaning of the‘One Belt One Road’ Strategy // Pacific Journal. 2015. Vol. 23. No.5. P. 46–58.
- 38.Zhang Wenmu. The Political Significance of the Belt and Road Initiative and the Asian Infrastructure Investment Bank // China Review of the Political Economy. Jul. 2015. Vol.6 № 4. P. 204–224.
- 39.白永秀, 王颂吉. 丝绸之路经济带的纵深背景与地缘战略[J].改革. 2014. №3: 64–73.  
[Бай Юунсю, Ван Сунди. Бэкграунд и геостратегия Экономического пояса шелкового пути // Реформа. 2014. №3. С. 64–73.]

40. 卞文志. 一带一路将成经济发展重头戏[J]. 时代金融. 2015. №3: 39–41.  
[Бянь Венъчжи. Один пояс – один путь станет изюминкой экономического развития // Финансовое время. 2015. №3. С. 39–41.]
41. 崔志楠、邢悦. 从“G7 时代”到“G20 时代”——国际金融治理机制的变迁[J]. 世界经济与政治. 2011 年第 1 期.  
[Цуй Чжинань, Хиниюэй. Из «эпохи G7» до «эпохи G20» - изменение в международном финансовом управляющем механизме // Мировые политика и экономика. 2011. №1.]
42. 崔海亮. 一带一路背景下中国跨境民族的中华民族认同[J]. 云南民族大学学报（哲学社会科学版）. 2016.1.第 33 卷第 1 期. 35-41 页.  
[Cui Hailiang. Construction of the Chinese national identity for the Chinese cross – border ethnic groups in the perspective of "One Belt, One Roud" strategy // Journal of Yunnan Minzu University (Social Sciences). Jan. 2016. Vol.33. № 1. P.35–41.]
43. 陈俊杰. 一带一路战略刍议[J]. 经济论坛. 2015(6): 4-9.  
[Чень Цзюньцзе. Суждение о стратегии «Один пояс – один путь» // Экономический форум. 2015. №6. С. 4–9.]
44. 冯维江. 丝绸之路经济带战略的国际政治经济学分析[J]. 当代亚太. 2014 年第 6 期, 第 73 页。  
[Фон Вэйцзян. Анализ Экономического пояса шелкового пути со стороны международной политэкономии // Современные Азиатско-тихоокеанские исследования. 2014. №6. С.73.]
45. 冯巍、程国强. 国际社会对“一带一路”倡议的评价[J]. 中国经济时报. 2014 -07 -14. [Фон Вэй, Чен Гуоцян. Международное общество дает оценку стратегии Один пояс – один путь // Китайское экономическое время. 2014. 14 июля.]
46. 冯宗宪. 一带一路构想战略意义. 光明日报. 2014 - 10 -20.

- [Фэн Цунсиань. Стратегическое значение стратегии «Один пояс – один путь» // Гуанминь Жибао.2014. 20 окт.]
- 47.高程. 中国崛起背景下的周边格局变化与战略调整[J]. 国际经济评论. 2013 年第 2 期.
- [Гао Чэн. Изменение устройства периферии Китая и регуляция стратегии // Международный экономический обзор. 2013. №2.]
- 48.高荣伟. 一带一路建设面临的风险及对策[J]. 国际商务财会. 2015(6):28 – 31.
- [Гао Жунвэй. Риски и контрмеры перед стратегией «Один пояс – один путь» // Финансы и учет для международной торговли. 2015. №6. С. 28–31.]
- 49.高虎城. 深化经贸合作, 共创新的辉煌 – “一带一路” 战略构建经贸合作新格局[J].国际商务财会,2014(6).
- [Гао Хучень. Углубить торгово-экономического сотрудничества и создать блестящее будущее – создать новую торгово-экономическую модель сотрудничества // Финансы и учет для международной торговли. 2014. №6. ]
- 50.高程. 从中国经济外交转型的视角看一带一路的战略[J]. 国际观察. 2015(4): 35 – 48.
- [Гао Чен. Понять стратегическое значение «Один пояс – один путь» с точки зрения трансформации экономики и внешней политики Китая // Международное обозрение. 2015. №4. С. 35–48. ]
- 51.龚雯、田俊荣、王珂. “一带一路” 跨越时空的宏伟构想. 人民日报. 2014 - 6 -30.
- [Гун Вень, Тиань Цзюньжон, Ван Кэ. Стратегия Один пояс – один путь пересекает время и пространство // Жэньминь Жибао. 2014. 30 июня.]
- 52.胡键. 一带一路战略构想与欧亚大陆秩序的重塑[J]. 当代世界与社会主义. 2015(4): 13 – 19.



- [Ху Цзиань. Один пояс – один путь и реформирование порядка в континенте Евразии // Сегодняшний мир и Социализм. 2015. №4. С. 13–19.]
- 53.郝诗楠. 一带一路战略与中国的比较政治学研究: 新机遇与新议题[J]. 政治学研究. 2015(5): 54 – 60.
- [Хао Шинань. Стратегия «Один пояс – один путь и сравнительная политология: шанс и новый предмет обсуждения // Журнал политологии. 2015. №5. С. 54–60.]
- 54.暨佩娟、韩硕、张慧中. 一带一路, АРЕС 涌动新机遇. 人民日报. 2014 - 11- 08.
- [Цзи Пэйцзюань, Хань Шуо, Чжан Хуйчжун. Один пояс – один путь, новые возможности в АТЭС // Жэньминь Жибао. 2014. 8 нояб.]
- 55.蒋希蘅、程国强. 一带一路建设的若干建议. 中国西部开发. 2014(10).
- [Цзян Сихен, Чэн Гуоцзян. Немножко рекомендаций о построении «Один пояс – один путь» // Разработка в западном Китае. 2014. №10.]
- 56.蒋希蘅, 程国强. 国内外专家关于“一带一路”建设的看法和建议综述 [J]. 中国外资, 2014 (19).
- [Цзянь Сихэн, Чэнь Гуоцзан. Мнения и рекомендации отечественных и зарубежных экспертов о стратегии «Один пояс – один путь» // Иностраный капитал Китая. 2014. №19.]
- 57.开放包容, 携手发展谋共赢 – 聚焦“一带一路”倡议的时代意义. 人民日报. 2014-2-26.
- [Открытость, толерантность и взаимовыгодное сотрудничество – фокус временного значения инициатива «Один пояс – один путь» // Жэньминь Жибао. 2014. 26 февр.]
- 58.金玲. “一带一路”: 中国的马歇尔计划[J]. 国际问题研究. 2015 (1) :88 – 99.

- [Цинь Линь. Один пояс – один путь: Китайский План Маршалла // Международное обучение. 2015. №1. С. 88–99.]
- 59.李骁、薛力. 21 世纪海上丝绸之路: 安全风险及其应对 [J]. 太平洋学报, 2015(7): 50 – 64.
- [Ли Сиао, Се Ли. Морской шелковый путь 21 века: риски в области безопасности и контрмеры // Вестник Тихоокеанца, 2015. №7. С. 50–64.]
- 60.罗以澄、夏清芳. 他国形象误读: 在多维视野中的观察[J]. 新闻与传播研究. 2002 年第 4 期.
- [Луо Ичен, Сиа Чинфан. Заблуждение образа «другой» страны: наблюдение в многомерных видах // Исследование журналистики и коммуникации. 2002. №4. ]
- 61.刘海泉. 一带一路战略的安全挑战与中国的选择[J]. 太平洋学报. 2015(2).
- [Лю Хайцюань. Вопросы безопасности стратегии «Один пояс – один путь» и выбор Китая // Тихоокеанский журнал. 2015. №2.]
- 62.李巍, 孙忆. 理解中国经济外交[J]. 外交评论. 2014(4): 1 – 24.
- [Ли Вэй, Сун И. Понять экономическую дипломатию Китая // Обзор иностранных дел. 2014. №4. С. 1 – 24. ]
- 63.李巍, 金融外交在中国的兴起[J]. 世界经济与政治. 2013 年第 2 期.
- [Ли Вэй. Развитие финансовой дипломатии в Китае // Мировые политика и экономика. 2013. №2.]
- 64.李宇. 新媒体环境下一带一路沿线文化传播模式研究[J]. 新闻知识.2015(7): 23 – 25.
- [Ли Ю. Исследование метода культурного распространения стратегии «Один пояс – один путь» в соответствии с новым медиа-среды // Новости. 2015. №7. С. 23–25.]
- 65.牛治富. 试论一带一路战略构想的地缘政治学意义及其新发展[J]. 西藏发展论坛. 2015.2. 29 – 32 页.

- [Ню Чжифу. Доклад о геополитическом значении стратегии «Один пояс – один путь» и ее развитии // Форум развития Тибета. 2015. № 2. С. 29–32.]
- 66.裴长洪, 于燕. 一带一路建设与我国扩大开放[J]. 国际经贸探索. 2015.10. 第 31 卷第 10 期: 4 - 17.
- [Pei Changhong, Yu Yan. One Belt and One Road Construction and the Further Opening-up of China // International Economics and Trade Research. Oct.2015. Vol.31 № 10. P. 4–17.]
- 67.潘广云. 独联体内“四国统一经济空间”相关问题探析[J]. 俄罗斯研究. 2005 (2).
- [Пань Гуанюнь. Анализ о вопросах «Единого экономического пространства» в СНГ // Исследование России. 2005. №2.]
- 68.孙敬鑫. “一带一路”建设面临的国际舆论环境[J]. 当代世界. 2015 年第 4 期.
- [Сун Цзинсинь. Обстановка мнения международной общественности перед «Один пояс – один путь» // Сегодняшний мир. 2015. №4.]
- 69.孙伊然. 隐含的利益交换: 国际发展兴衰的逻辑[J]. 外交评论. 2015(3): 72 - 103.
- [Сун Ижань. Скрытый обмен интересов: логика процветания и упадка международного развития // Обзор иностранных дел. 2015. №3. С. 72 - 103.]
- 70.孙敬鑫. 一带一路建设面临的国际舆论环境[J]. 当代世界. 2015(4).
- [Сун Цзинхинь. Международная общественная обстановка перед построением «Один пояс – один путь» // Сегодняшний мир. 2015. №4.]
- 71.孙兴杰. 一带一路的战略建构[J]. 中国工业评论. 2015(2/3): 15 - 20.
- [Сунь Синцзе. Конструирование стратегии «Один пояс – один путь» // Китайские пользователи компьютеров. 2015. №2/3. С. 15–20.]
- 72.沈菲. 一带一路战略对外传播效果的优化和提升[J]. 今传媒 (学术版). 2015(7):15 - 17.

- [Шень Фэй. Оптимизация и модернизация влияния внешних коммуникаций стратегии «Один пояс – один путь» // Массмедиа сегодня. 2015. №7. С. 15–17.]
- 73.王联合. 美国对一带一路战略的认知与反应[J]. 复旦国际关系评论. 2015(16): 187 – 203.
- [Ван Лианьхэ. Американское отношение к стратегии «Один пояс – один путь» // Обзорение международных отношений Фудань. 2015. №16. С. 187–203.]
- 74.王保忠、何炼成、李忠民.“新丝绸之路经济带”一体化战略路径与实施对策[J]. 经济纵横. 2013 (11).
- [Ван Баочжон, Хэ Лианьчэн, Ли Чжонминь. Путь построения и контрмеры реализации стратегии Экономического пояса шелкового путь // Экономический обзор. 2013. №11.]
- 75.王海运. 建设“丝绸之路经济带”促进地区各国共同发展[J]. 俄罗斯学刊. 2014(1).
- [Ван Хайюнь. Построение Экономического пояса шелкового путь способствует совместному развитию стран по пути Пояса // Вестник России. 2014. №1.]
- 76.王缉思.“西进”,中国地缘战略的再平衡[J]. 环球时报. 2012-10-17.
- [Ван Диси. Наступление на запад, восстановление равновесия геостратегии // Хуаньцю Шибao. 2012. 17 окт.]
- 77.王海运.“丝绸之路经济带”构想的背景、潜在挑战和未来走势 [J]. 欧亚经济. 2014(4): 5 – 58.
- [Ван Хайюнь. Фон выдвижения концепции «Экономического пояса Шелкового пути», потенциальные проблемы, будущая тенденция // Экономика в России, Восточной Европе и Центральной Азии. 2014. №4. Р. 5–58.]

- 78.许元荣、郑妮娅. 日本怎么看待中国一带一路. 第一财经日报. 2015年8月11日.  
[Сюй Юаньжун, Чжен Ния. Как Япония смотрит на стратегию Один пояс – один путь // Первая финансовая ежедневная газета. 2015. 11 авг.]
- 79.袁赛男. 构建一带一路战略视域下的新对外话语体系[J]. 重点话题. 2015.06. 13 - 15 页.  
[Июань Сайнань. Построить новую систему иностранных слов в поле стратегии «Один пояс – один путь» // Международные связи. 2015. № 6. С. 13–15.]
- 80.袁新涛. 丝绸之路经济带建设和 21 世纪海上丝绸之路建设的国家战略分析[J]. 东南亚纵横. 2014. №8. 3 - 8 页.  
[Иань Синьтао. Национальный стратегический анализ Экономического пояса шелкового пути и Морского шелкового пути 21 века // Вокруг юго-восточной Азии. 2014. № 8. С. 3–8.]
- 81.钟飞腾. 一带一路产能合作的国际政治经济学分析[J]. 山东社会科学. 2015(8):40 - 49.  
[Чжон фэйтэн. Политический и экономический анализ производственной кооперации «Один пояс – один путь» // Шаньдун общественные науки. 2015. №8. С.40–49.]
- 82.赵可金. 一带一路的中国方略研究[J]. 新疆师范大学学报. 2016.1. 第 37 卷第 1 期: 22 - 33.  
[Чжао Кэцин. Изучение стратегии «Один пояс – один путь» и стратегическое намерение Китая // Вестник Синьцзянского педагогического университета. 2016. №1. С. 22–33.]
- 83.张骥、刘艳房. 论全球化时代国家形象战略与国家利益的实现[J]. 国际观察. 2009 年第 1 期.

[Чжан Цзи, Лю Ианьфан. О национальном образе в эпоху глобализации и реализации национальных интересов. Международное обозрение. 2009. №1.]

84.周文, 方茜. 一带一路战略的政治经济学思考[J]. 马克思主义研究. 2015(10): 62 - 72.

[Чжоу Вэнь, Фан Циань. Размышление о стратегии «Один пояс – один путь» с точки зрения политэкономии // Марксизм. 2015. №10. С. 62–72.]

85.张可云, 蔡之兵. 全球化 4.0、区域协调发展 4.0 与工业 4.0 – 一带一路战略的背景、内在本质与关键动力[J]. 郑州大学学报. 2015-05, 第 3 期第 48 卷. 87 - 92 页.

[Чжан Кэюнь, Сай Чжипин. Глобализация 4.0, районное координированное развитие 4.0 и индустриализация 4.0 – обстановка выдвижения стратегии Один пояс – один путь, ее суть и мощность // Чжэнчжоуский университетский вестник. 2015 (05). №3. Том. 23. Р. 87–92.]