


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**(ФГБОУ ВО «АмГУ»)**

Факультет филологический  
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики  
Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика  
Направленность (профиль) образовательной программы Универсальная журналистика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

 Е.Г.Иващенко  
« 24 » 06 2019 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: Особенности информационной политики Китая в русскоязычных интернет-СМИ

Исполнитель

студент группы 598-об(2)

 17.06.2019  
(подпись, дата)

А.К. Слюсаренко

Руководитель

доцент, к. филол. н.

 21.06.2019  
(подпись, дата)

Е.Г. Иващенко

Нормоконтроль

 21.06.2019  
(подпись, дата)

К.О. Антоницина

Благовещенск 2019

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический  
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики  
УТВЕРЖДАЮ  
Зав.кафедрой  
И.Г.Иващенко Е.Г.Иващенко  
«04» 10 2018 г.

ЗАДАНИЕ

- К выпускной квалификационной работе студента Синегаренко А.К.
1. Тема выпускной квалификационной работы Особенности  
информационной политики Китая в русскоязычном  
интернет-сфере.  
(утверждено приказом от 20.05.2018 № 1100-УЧ.)
  2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 17.06.2019
  3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе \_\_\_\_\_
  4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов) Информационная политика в  
современном мире Китая. Формирование информацион-  
ной политики в контексте революционной  
китайской интернет-сферы.
  5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, иллюстративного материала и т.п.) в приложении
  6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) \_\_\_\_\_
  7. Дата выдачи задания 04.10.2018
- Руководитель выпускной квалификационной работы: Иващенко  
Симон Геннадьевна, доцент кафедры филологической науки  
(ФИО., должность, ученая степень, ученое звание)
- Задание принял к исполнению (дата) 04.10.2018 И.К.  
(подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 64 страницы, 27 источников, 6 приложений

### ИНТЕРНЕТ-СМИ, КОНТЕНТ ИЗДАНИЯ, КИТАЙ, ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА, ИМИДЖ СТРАНЫ

В бакалаврской работе исследован процесс реализации информационной политики, и, следовательно, процесс формирования имиджа Китая в контенте интернет-СМИ «Жэньминь Жибао» и «Китай».

Цель работы – изучение специфики реализации информационной политики КНР на примере интернет-СМИ «Жэньминь Жибао» и «Китай».

Основу методологии исследований составляет анализ публикаций в периодических изданиях, посвященных китайским СМИ; анализ контента интернет-СМИ «Жэньминь Жибао»; анализ контента интернет-издания «Китай».

В работе изучаются интернет-СМИ «Жэньминь жибао» и интернет-издание «Китай» с позиции реализации в них информационной политики Китая, а также рассматривается тематическое разнообразие изданий.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Информационная политика в современных СМИ Китая	6
1.1 Информационная политика как явление	6
1.2 Реализация информационной политики в СМИ Китая	17
1.3 История становления и специфика интернет-СМИ Китая	27
2 Реализация информационной политики в контенте русскоязычных китайских интернет-СМИ	31
2.1 «Жэньминь Жибао» как интернет-издание Китая	31
2.2 Реализация информационной политики в контенте «Жэньминь Жибао»	34
2.3 Общая характеристика интернет-издания «Китай»	43
2.4 Реализация информационной политики в контенте интернет-издания журнал «Китай»	47
Заключение	54
Библиографический список	56
Приложение А	59
Приложение Б	60
Приложение В	61
Приложение Г	62
Приложение Д	63
Приложение Е	64

## ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день интернет-СМИ Китая становятся в ряд с ведущими изданиями мира. Китай, принимающий участие в международных политических, экономических, культурных процессах, активно транслирует свою позицию на мировой арене. При этом все средства массовой информации контролируются государством. Издания, имеющие большое влияние на общественное сознание, используются как средство продвижения определенного имиджа конкретного лица, компании или страны. В работе мы рассмотрим особенности реализации информационной политики в контенте интернет-СМИ «Жэньминь жибао» и «Китай».

Актуальность исследования обусловлена тем, что русскоязычные интернет-СМИ Китая сейчас активно развиваются и приобретают большую популярность, но их работа мало изучена, что обуславливает необходимость их дальнейшего исследования.

Новизна исследования заключается, во-первых, в том, что в русскоязычных, китайских изданиях, появляется новый контент, в котором проявляется политика управляемой открытости, а, во-вторых, в сравнении в двух изданиях разного формата.

Объект исследования: государственная информационная политика.

Предмет исследования: реализация информационной политики в контенте интернет-СМИ «Жэньминь Жибао» и «Китай».

Эмпирическая база исследования: материалы, публикуемые в интернет-СМИ «Жэньминь Жибао» с 1 февраля 2019 года по 30 апреля 2019 года включительно и материалы, публикуемые в интернет-СМИ «Китай» с 1 февраля 2019 года по 30 апреля 2019 года включительно.

Цель исследования: изучение реализации информационной политики в контенте интернет-СМИ «Жэньминь жибао» и «Китай».

Задачи исследования:

- изучить определение и особенности информационной политики;
- изучить специфические черты информационной политики Китая;
- рассмотреть специфику «Жэньминь Жибао» как СМИ Китая;
- исследовать реализацию информационной политики Китая на примере интернет-СМИ «Жэньминь Жибао»;
- рассмотреть специфику интернет-сайта журнала «Китай» как СМИ Китая;
- исследовать реализацию информационной политики Китая на примере интернет-сайта журнала «Китай».

Методы исследования: метод анализа и синтеза, метод индуктивного умозаключения, наблюдение, контент-анализ.

Практическая значимость исследования: работа может быть использована в деятельности практикующего журналиста при написании материалов, тема которых касается данного исследования.

Научная значимость: работой, впоследствии, можно воспользоваться как материалом для более глубокого исследования специфики «Жэньминь Жибао» и журнала «Китай», а также для последующего изучения реализации информационной политики в СМИ Китая.

Степень научной разработанности темы: сфера реализации информационной политики в русскоязычных китайских интернет-СМИ мало изучена. На данный момент над изучением информационной политики в целом работают В.Д. Попов, А.В. Манойло. Реализацию информационной политики в Китае изучают А.К. Капустина, Я.В. Лексютина, Г. Р. Ибрагимова, Е. Евдокимов, О.И. Бодрова. Исследователями средств массовой информации в целом являются И.В. Сидорская, Л.Ю. Медовкина, О.В. Монастырева. Формирование, становление и работу китайских СМИ рассматривают: О.В. Монастырева, С.А. Михайлов, Я.В. Лексютина.

# 1 ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В СОВРЕМЕННЫХ СМИ КИТАЯ

## 1.1 Информационная политика как явление

Испанский социолог Мануэль Кастельс утверждает, что XXI век является веком информации, так как она проявляется во всех сферах жизнедеятельности человека<sup>1</sup>.

Исследователь Г.А. Шокиров под термином «информация» понимает данные (сведения), которые полезны для человека<sup>2</sup>. Из этого следует появление таких наук, как информатика, социальная информатика, информациология, «информационный капитализм», «информационная экономика». Также, соответственно, информация является главной частью работы СМИ. Издания получают, обрабатывают и передают информацию чаще в виде новостных материалов, информационных сюжетов или радио-подкастов. Непосредственно на процесс отбора, разработки и публикации новостей влияет «информационная политика».

Чтобы мы могли понять суть информационной политики, необходимо определить значение этого термина. Профессор В.Д. Попов дал такое определение: «Информационная политика – это деятельность субъекта по актуализации и реализации своих интересов в обществе посредством формирования, преобразования, хранения и передачи всех видов информации»<sup>3</sup>.

Исследователь Е.П. Тавокин смог сформулировать более полное определение: «Информационная политика является отдельным направлением государственной политики, которое охватывает не только регламентацию деятельности по управлению информационными ресурсами, развитию информационно-коммуникативной сферы и оптимизации взаимодействия со

---

<sup>1</sup> Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. МГУ ВШЭ. 2000. С. 81-152.

<sup>2</sup> Шокиров. Г. А. Информация как основной объект информационных правоотношений: теоретический и практический аспекты // Вестник Томского государственного университета. 2017. №415. С. 213.

<sup>3</sup> Попов В. Д. Государственная информационная политика: состояние и проблемы формирования// Массовые информационные процессы в современной России: Очерки. М.: Изд-во РАГС. 2002. С. 20.

СМИ, но и информационное обеспечение деятельности власти во всех сферах жизни общества». Это определение позволяет трактовать информационную политику как стратегию и сферу повседневной деятельности, основанную на диалоговых отношениях между субъектами политической деятельности<sup>4</sup>.

В свою очередь исследователь М.М. Ковалева, анализируя сущность информационной политики, полагает, что ключевым в ее определении является слово «политика». Она рассматривается не только как совокупность теоретических установок и практических действий, направленных на овладение и удержание властных полномочий, но и как процесс формирования отношений, которые обеспечивают стабильное развитие и благосостояние общества. Содержание этой политики неразрывно связано с комплексом действий властных структур, направленных на организацию информационного пространства и обеспечение права общества на получение полной, достоверной и объективной информации<sup>5</sup>.

По мнению М.М. Ковалевой, информационная политика построена на действиях четырех субъектов: политика, государственная власть, СМИ, и общество. Из этого следует, что информационная политика является сложным понятием и построена на интересах всех субъектов политического пространства. Кроме того, она учитывает положение СМИ в обществе<sup>6</sup>.

Существует государственная и негосударственная информационная политика. Согласно видному российскому ученому профессору В.Д. Попову, информационная политика как отрасль социальной информатиологии является ее социально-политической составляющей. В этом аспекте информационная политика является информатиологией СМИ, которая рассматривает то, как СМИ формируют идеологические, политические, экономические и другие взгляды, мнения, знания и оценки, влияющие на все стороны жизни людей.

---

<sup>4</sup> Тавокин Е. П. Системные основы государственной информационной политики // Массовые информационные процессы в современной России: Очерки. М.: Изд-во РАГС. 2002. С. 40.

<sup>5</sup> Ковалева М. М. Содержание и структура понятия «государственная информационная политика» // Средства массовой информации в современном мире. СПб. 2010. С.125-126.

<sup>6</sup> Там же. С. 127.



Государственная информационная политика должна удовлетворять, защищать интересы государства, власти<sup>7</sup>.

Объектом информационной политики как отрасли научного знания (в самом широком смысле) является информационная сфера жизни общества – «совокупность информации, информационной инфраструктуры, субъектов, осуществляющих сбор, формирование, распространение и использование информации, а также системы регулирования возникающих при этом общественных отношений»<sup>8</sup>.

В.Д. Попов указывает, что объектом информационной политики как науки (в более узком смысле) являются массовое сознание, система СМИ и МК, информационные процессы, отражающие, выражающие, защищающие права личности и политику государства<sup>9</sup>.

Объекты государственной информационной политики можно разделить на две основные категории:

- организации: государственные органы и структуры, а также другие негосударственные общественно-политические организации, религиозные организации, негосударственные субъекты экономической деятельности, СМИ и МК;

- население, в состав которого обязательно входят отдельные граждане и различные социальные группы, выделяемые по следующим категориям: возраст, пол, уровень образования, социальное положение, экономическая активность, а также виды и направления социальной деятельности, формы информационной активности (информационно активные, информационно пассивные)<sup>10</sup>.

С.Э. Зуев трактует «информационную политику» как способ обращения с имеющимися информационными потоками и ресурсами со стороны различных институциональных субъектов (например, государства, или государственных

---

<sup>7</sup> Попов В. Д. Информациология и информационная политика. М.: Изд-во РАГС. 2001. 116 с.

<sup>8</sup> Попов В. Д. Государственная информационная политика: состояние и проблемы формирования. С. 22.

<sup>9</sup> Там же. С. 22.

<sup>10</sup> Манойло А. В. Государственная информационная политика в особых условиях: моногр. М.: Изд-во МИФИ. 2003. С. 196.

органов, или отдельных организаций и учреждений, которые могут иметь свои представления и интересы при работе с информацией)<sup>11</sup>. В контексте этого определения информация выполняет непосредственно только техническую функцию, а также информационная политика сводится к количественному контролю информационных потоков и проверке распределения информации. Все этого для того, чтобы информация достигла целевой аудитории и оказала на нее изначально определенный, предполагаемый эффект.

В таком плане интересы субъектов информационной политики располагаются за пределами информационного пространства, достигаются политические, коммерческие и любые другие цели, в достижении которых новые информационные возможности рассматриваются как вспомогательное средство, не изменяющее качественные характеристики этих интересов и целей.

Информационную политику характеризует коммуникация, которая, прежде всего, опирается на принцип интерактивности. Это сообщение, которое выступает как форма, провоцирующая различные смысловые содержания. Также принцип интерактивности понимает под собой отказ от понимания «коммуникации» в терминах отношений «субъект-объект». Отправитель информации и получатель сообщения являются в равной степени полноправными участниками коммуникации. Хотя в реальности данный получатель может рассматриваться только в качестве объекта манипулирования, но при этом сохраняется иллюзия «равноправия»<sup>12</sup>.

Непосредственным субъектом воздействия на СМИ является система органов власти и, соответственно, государство. Оно через различные институты власти и управления определяет статус, нормы и направленность деятельности СМИ через законы, постановления и Указы Президента. С помощью этого запрещается пропаганда насилия, призыв к свержению конституционного строя, осуществляется цензура. Также государство может влиять на

---

<sup>11</sup> Зуев С. Э. Измерения информационного пространства (политики, технологии, возможности) // Музей будущего: информационный менеджмент. М.: Прогресс-Традиция. 2001. С.157.

<sup>12</sup> Манойло А. В. Государственная информационная политика в особых условиях. С.51.

приобретение собственности СМИ ее использование и продажу – это один из рычагов влияния на политическую сторону СМИ<sup>13</sup>.

На две категории мы можем разделить субъекты государственной информационной политики:

- государственные субъекты информационной политики;
- субъекты массового информирования и коммуникации.

Также они делятся на группы по следующим категориям:

- уровни власти и управления (федеральный, региональный, местный);
- ветви государственной власти (законодательная, исполнительная, судебная);
- направления деятельности органов власти (органы гражданского, экономического управления, «силовой блок», культура, внешнеполитические ведомства)<sup>14</sup>.

Отдельное место в информационной политике занимает формирование имиджа страны. Само слово «имидж» произошло от английского «image» – образ. Соответственно, под ним имеется в виду сложившееся впечатление и представление о ком-либо или о чем-либо. У имиджа существует: объект – о чём формируется представление и носитель имиджа – чьё представление формируется.

Маркетолог Филип Котлер дает свое определение имиджу «восприятие определённого объекта обществом»<sup>15</sup>. В таком случае приходится говорить не о конкретном представлении, а, следовательно, об обобщённом. Кроме того определение имиджа имеется в «Кратком психологическом словаре». В нем имидж определяется как стереотипизированный образ конкретного объекта, который существует в массовом сознании<sup>16</sup>.

---

<sup>13</sup>Манойло А. В. Государственная информационная политика в особых условиях. С. 197.

<sup>14</sup> Там же. С. 197.

<sup>15</sup> Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: «Вильямс». 2007. С. 123.

<sup>16</sup> Петровский М. Г. Краткий психологический словарь. М.: «Феникс». 1998. С. 67.

Помимо этого существует и переносный смысл данного понятия: «принял имидж», «сменил имидж». На сегодняшний день под такими выражениями понимается изменение своей внешности, но изначально шла речь о представлении субъекта о самом себе. Это представление называется «внутренний имидж» – он может определяться в совокупности с реальными, объективными свойствами объекта, целенаправленно взятой роли в обществе и идейными установками.

Исходя из всего выше изложенного, необходимо говорить о множестве создающихся факторов и образов, которые, в свою очередь, следовало бы распределить по группам людей: имидж врачей, военных, бизнесменов, политиков и т.д. При таком группировании, аудитории могут пересекаться. Поэтому работа по изменению информационной среды для этих групп должна строиться с учетом особенностей всех участников процесса, дабы не нанести вред, ущерб кому-либо.

В западных исследованиях принято использование общего термина «имидж», но в российской традиции прижилось использование двух терминов: «имидж» и «образ». Е.Б. Шестопап разделяет их так: «Понятие «образ» не тождественно понятию «имидж». Как известно, слово «имидж» является английским эквивалентом русского слова «образ». Имиджем я называю впечатление, которое конструируется целенаправленно и сознательно, а образом – то, которое формируется спонтанно. Образ можно конструировать специально, и тогда он становится имиджем. Образ есть всегда, образ всегда можно диагностировать и описать – точно и разносторонне. Поэтому под образом мы будем понимать отражение личности лидера (партии, государства, организации, товара и пр.) в массовом и индивидуальном сознании граждан. Между тем как имиджем мы будем понимать специально сконструированное и растиражированное отражение личности политика (партии, государства, товара и т.д.)». Из этого следует, что образ – реальное, а имидж – конструируемое<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Шестопап Е. Б. Образы государств, наций и лидеров. М.: Аспект Пресс. 2008. С. 12-13.

Наиболее подробно на этом вопросе остановился И.В. Гринев. Он определяет имидж как «Мнение рационального характера или эмоционально окрашенное мнение об объекте, возникшее в психике – в сфере сознания и подсознания – определенной или неопределенной группы людей на основе образа, сформированного целенаправленно или произвольно в результате прямого восприятия ими тех или иных характеристик данного объекта, либо косвенно с целью возникновения аттракции – притяжения людей к данному объекту. Имидж может быть создан под влиянием эмоций или разума, осознанно или неосознанно»<sup>18</sup>.

Образ и имидж – дефиниции, между которыми зачастую ставится знак равенства, либо слово «образ» несет объяснительное значение определения имиджа. Возможно, именно в коммуникационной плоскости и стоит искать смысл понятий «образ» и «имидж»<sup>19</sup>.

Давайте рассмотрим уже изложенные знания о формировании имиджа в совокупности с той ситуацией, когда объектом имиджа является, непосредственно, страна или государство.

Можно выделить два основных подхода к пониманию феномена государства. В широком смысле «государство» понимается как совокупность институтов власти и политически организованного населения, которое проживает на определенной территории. При данном подходе содержание термина может также включать в себя и все объективные характеристики (географические, климатические, природные ресурсы и пр.), территории, на которой проживает население, а также характеристики самого общества (исторические, культурные, этнические, религиозные и пр.). Очевидно, что в такой трактовке понятие «государство» фактически смыкается с понятием «страна». В узком смысле под «государством» понимается система властных

---

<sup>18</sup> Гринёв И. В. Роль национальной российской культуры в формировании международного имиджа страны: автореф. дис.... канд. фил. М.: Государственный университет управления. 2009. С. 15.

<sup>19</sup> Швецова М. Г. Роль СМИ в конструировании образа страны: проблемы истории, философии, культуры. Издательство: Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова. 2012. №3 (37). С. 289.

институтов, что дает основание трактовать его в качестве синонима слова «власть»<sup>20</sup>.

Страна – это территория, имеющая определённые национальные, климатические (климатические страны и области), культурные (культурные страны и области), исторические (исторические страны и области) или политические границы<sup>21</sup>.

Отечественный ученый Э.А. Галумов не разграничивает эти понятия. Под образом государства он понимает «базу, которая определяет, какую репутацию приобретает страна в сознании мировой общественности в результате тех или иных акций ее субъектов»<sup>22</sup>. А имидж страны он определяет как «комплекс объективных, взаимосвязанных между собой характеристик государственной системы, сформировавшихся в процессе эволюционного развития государственности как сложной многофакторной подсистемы мирового устройства, эффективность взаимодействия звеньев которой определяет тенденции социально-экономических, национально-конфессиональных или иных процессов в стране»<sup>23</sup>.

Ученый Ю.Б.Кашлев совместно с Э.А.Галумовым приводит в своей работе классификацию факторов формирования имиджа государства:

- условно-статичные факторы: природный потенциал, национальное, а также культурное наследие, нерегулируемые геополитические факторы и исторические факты, форма государственного устройства и структура управления;

- корректируемые, условно-динамичные:

- а) социологические: социально-психологические настроения в обществе, морально-нравственные аспекты развития российского общества;

---

<sup>20</sup> Цит.по: Лябухов И. В. О соотношении понятий «имидж государства» и «имидж страны» (к постановке проблемы) // Известия Алтайского государственного университета. Барнаул. Алтайский государственный университет. 2011. №41 (72). С.250-251.

<sup>21</sup> Большой энциклопедический словарь. М.: АСТ. 2005. (Современная энциклопедия). С. 1664.

<sup>22</sup> Галумов Э. А. Имидж против имиджа: моногр. М.: Известия. 2005. С. 372.

<sup>23</sup> Там же. С. 371.

б) институциональные: устойчивость развития экономики, уровень ВВП, инвестиционная привлекательность, правовое пространство<sup>24</sup>.

Российские исследователи Д. Гавра и А. Савицкая сформулировали ряд базовых положений, определяющих характеристики функционирования внешнего медиаимиджа страны.

- медиаимидж другого государства детерминирует его общий имидж в сознании массовой (неспециализированной) аудитории;
- базовая технология эмпирической диагностики внешнего имиджа государства – социологическая, включающая массовые опросы, фокус-группы;
- итоговый имидж другого государства (региона) в сознании целевой аудитории<sup>25</sup>.

Исходя из данных материалов, мы можем сделать вывод, что имидж, более широкое понятие, которое навязывают обществу. Образ — это реальное представление о предмете. В нашей работе мы будем опираться на понятие страна, а не государство. Во-первых, потому что страна имеет большой охват характеристик. Во-вторых, потому что государство является составной частью страны. Положительный имидж страны можно сформировать с помощью СМИ. Это нужно для продажи товаров, услуг, привлечения избирателя, успешной конкуренции на рынке. Имидж состоит из связанных между собой характеристик: экономических, географических, национальных, культурных, демографических и т.д. Также государство является составной частью имиджа страны.

Средства массовой информации являются одним из инструментов формирования имиджа страны в сознании людей. Продуктивная работа СМИ, соответственно, способствует появлению определенного мнения о стране. Формирование положительного имиджа, необходимо для успешной,

---

<sup>24</sup> Галумов Э. А., Кашлев Ю. Б. Информация и PR в международных отношениях. М.: Известия. 2003. С. 200.

<sup>25</sup> Гавра Д. П., Савицкая А. С., Шишкин Д. П. Внешний имидж государства в медиапространстве // Вестник СПбГУ. 2011. Сер.9.Вып. 3. С. 191-192.

международной конкурентоспособности. Чем лучше имидж страны, тем больше объем привлеченных вложений инвесторов в экономику данной страны.

СМИ применяют разнообразные способы при работе над имиджем страны, в рамках социального мнения. Среди них мы обратим внимание на следующие способы:

- замалчивание одних фактов и обострение других;
- публикация сведений противоречивого характера;
- побуждение к определенным эмоциям с помощью визуальных средств и словесных образов;
- апелляция к системе ценностей данного общества.

Одной из частотных тактик является нейтрализация негативной информации, которая предполагает сопровождение негативных новостей положительными, тем самым снижая плохое впечатление<sup>26</sup>.

Необходимо также учитывать еще одну особенность подачи материала в средствах массовой информации – фон, на котором рассматриваются те или иные явления. Субъекты в процессе коммуникации обязаны понимать, что они имеют дело с интерпретацией фактов, а не с фактами как таковыми. Одно событие может быть интерпретировано абсолютно по-разному<sup>27</sup>.

Из-за этого часто оказывается так, что специально сконструированный имидж страны становится более важным, чем реальные и объективные качества данной страны.

Также хочется отметить логичную закономерность: чем дальше СМИ от потребностей и мнения общества, тем меньше будет их уровень влияния, доверия и уважения к СМИ.

Формирование имиджа страны предполагает наличие четырех элементов. Правильное определение следующих элементов и организация их взаимодействия позволяет обеспечить создание позитивного имиджа страны.

---

<sup>26</sup> Копылова Р. Т. Умолчание как стратегия в формировании имиджа России в испанских СМИ // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 21 (312). С. 295-299.

<sup>27</sup> Медовкина Л. Ю. Роль СМИ в формировании имиджа государства // Журнал исторических, политических и международных исследований. 2015. № 1(55). С. 124.



Первый элемент – отправитель информации. Очевидно, если говорить об имидже в целом, таким субъектом является сама страна, каждый человек в стране как личность и как носитель социальной роли, каждая организация.

Вторым элементом является передаваемая информация. Целью передачи такой информации является защита и продвижение интересов государства на международной арене.

Не менее важная роль отводится и третьему элементу – каналу передачи информации. В первую очередь это средства массовой информации, книги и другие предметы культуры, так или иначе касающиеся данной страны, но созданные авторами из другой страны, нельзя не отметить социальные сети, интернет-ресурсы.

Последним элемент информационно-коммуникационной деятельности, формирующей имидж страны, – получатель информации (мировые державы, международные и региональные организации, мировая общественность)<sup>28</sup>.

Как подчеркивает исследователь О.А. Азина: «необходимо учитывать, что главной особенностью журналистики является стремление к объективности. А оно выражается в недопустимости ангажированности, сознательного продвижения той или иной точки зрения, аргументов «за» или «против». Информирование подразумевает показ событий и явлений во всей их сложности и многоаспектности, освещение как позитивных, так и негативных сторон, четкое отделение фактов от мнений, обязательную верификацию полученной журналистом информации. Выполнение всех перечисленных требований способствует укреплению доверия аудитории к средствам массовой информации, которые в итоге становятся основным источником формирования общественного мнения»<sup>29</sup>.

Но формирование того или иного имиджа, человека или государства, противоречит данному высказыванию. Так как процесс конструирования

---

<sup>28</sup> Цао Цин. Формирование имиджа страны в медиасфере как информационно-коммуникационная деятельность // Международная журналистика – 2018: глобальные вызовы, региональное партнерство и медиа: материалы VII Междунар. науч. практ. конф. Минск. Белорусский государственный университет. 2018. С.177-179.

<sup>29</sup> Сидорская И. В. Связи с общественностью в системе информационно-коммуникационной деятельности // Вестник БДУ. Минск. 2014. Сер. 4. № 2. С.76.

имиджа не только способствует формированию общественного мнения, но и перерастает в стойкое социально-психологическое представление.

Из всего этого можно сделать вывод, что удачная информационная политика, которая правильно используется в СМИ, может улучшить имидж страны или, наоборот надолго его испортить. Формирование позитивного имиджа необходимое условие успешного существования международной арене: информационная политика способствует реализации политических, коммерческих, социальных и других целей.

## **1.2. Реализация информационной политики в СМИ Китая**

Информационная политика в Китае начала регулироваться после формирование новой экономической системы – социалистической рыночной экономики. Так называемая «китайская модель» подразумевала ускоренный экономический рост, сопровождаемый политикой открытости, вхождением страны в современную цивилизацию, усилением взаимосвязей с внешним миром. Эти явления не отразились на сфере регулирования средств массовой информации, которые по-прежнему функционируют в условиях жесткого контроля со стороны государства и Коммунистической партии Китая. В стране до сих пор нет отдельного закона о СМИ, хотя работа над его созданием ведется с начала периода реформ<sup>30</sup>.

Деятельность СМИ, по словам бывшего Председателя КПК Мао Цзэдуна, должна следовать своим собственным законам, пользоваться только фактами; как отметил Мао Цзэдун, в прессе «энтузиазм конечно должен иметь место, но ложь преподносить нельзя». К народу следует идти только с честным правдивым словом, «писать правду, всю правду, самую горькую и ничем не приукрашенную правду». Эти слова о специфике информационной работы, акцентируют внимание на достоверных объективных фактах, которые лежат в основе эффективной пропаганды<sup>31</sup>.

---

<sup>30</sup> Капустина А. К, Сы Ши Цзян. Законодательные основы регулирования СМИ в Китае // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ). М.: Общество с ограниченной ответственностью «Международный Образовательный Центр». 2015. № 10 (19). С. 71-72.

<sup>31</sup> Ван Сюй. Изменение взглядов на политическое функционирование СМИ в Китае// Вестник Санкт-Петербургского университета. 2015. Сер. 12. № 1. С. 156.

С 1990-х годов китайские исследователи начали обращать внимание на изменение средств массовой информации после проведения реформы и политики открытости Китая. В связи с развитием рыночной экономики потребности аудитории стали доминирующими факторами на китайском массмедийном рынке<sup>32</sup>.

Китайские ученые полагают, что однобокая реализация концепции «рупора» принесла бы китайским СМИ большие трудности в международной коммуникации. По их мнению, «быть истинными, достоверными, объективными, многосторонними и справедливыми – это первоначальная задача средств массовой информации Китая в условиях трансформации общества»<sup>33</sup>.

Профессор института массовой коммуникации при Университете Цинхуа Ли Сигуан считает, что после вступления в ВТО китайские СМИ должны совершенствовать свою журналистскую деятельность во внешней коммуникации, чтобы «взять в свои руки планету и заставить весь мир услышать голос Китая»<sup>34</sup>.

Сегодня представители китайской журналистики все чаще выступают за демократизацию прессы и других СМК. Из-за этого подвергаются критике многие руководящие функционеры, которые, в свою очередь, хотели бы видеть в СМИ средство командования. По мнению журналистов, если СМИ и СМК не будет служить интересам народа, то произойдет отрыв от масс и пропаганда не возымеет должного эффекта.

Важной задачей в демократизации средств массовой коммуникации журналистская общественность КНР считает более широкую реализацию принципа открытости, близкого по своей сущности принципу гласности. Многие журналисты считают вредной старую установку «информировать лишь о том, что в наших интересах, и не информировать о том, что идет вразрез с этим». В Китае, ввиду частых и долгих войн и в силу традиций политической

---

<sup>32</sup> Ван Сюй. Изменение взглядов на политическое функционирование СМИ в Китае. С. 157.

<sup>33</sup> Там же. С. 157.

<sup>34</sup> Мао Цзэдун. Избранные работы по журналистике. Пекин: Народное издательство. 1998. С.182.

культуры, сложилась практика отношения к публикации информации исключительно с точки зрения интересов пропаганды<sup>35</sup>.

Когда современное китайское общество стало открытым, тогда сильно начал повышаться уровень образования жителей, поэтому, чаще всего, прямая пропаганда вызывает у людей раздражение и сомнение. По мнению китайских исследователей, западные СМИ тоже страдают приверженностью к каким-либо партиям или компаниям, но сами они называют себя объективными и нейтральными. Дело в том, что они не прямо выражают собственную точку зрения, а предпочитают проводить свою идеологию и выражать политические пристрастия, используя язык фактов<sup>36</sup>.

Стоит отметить, что в Китае между властью и обществом постоянно существуют слабые и нестабильные связи. Как и в России, в Китае общественные структуры еще находятся в процессе формирования, и процесс этот не быстр. Главная причина этого – недостаточные правовые нормы в государственном правовом процессе в Китае<sup>37</sup>.

Идея создание «системы общественно-консультативного диалога» была выдвинута на XIII съезде КПК. Развивал эту идею президент ассоциации журналистов Китая Ху Цзивэй. Он отмечал, что средства массовой информации обладают специфическими преимуществами в развитии системы консультативного диалога. Чтобы диалог обрел правовой статус нужно создавать соответствующее законодательство и институты. Также необходимо укреплять демократическое сознание, углублять представление и понимание всеми гражданами системы «консультативного диалога». Старые формы пропаганды, не рассчитанные на обратную связь, Ху Цзивэй считает отрицательным фактором для своей идеи<sup>38</sup>.

Китай находится в периоде перехода от всесильного правительства к правительству «ради народа». Чтобы создать чистое, высокоэффективное и

---

<sup>35</sup> Ван Сюй. Изменение взглядов на политическое функционирование СМИ в Китае. С. 157.

<sup>36</sup> Лю Шаоци. Избранные информационные документы. Пекин: Издательство Синьхуа, 1990. С. 119-120

<sup>37</sup> Ван Сюй. Изменение взглядов на политическое функционирование СМИ в Китае. С. 158.

<sup>38</sup> Там же. С. 158.

доступное правительство, необходимо внедрять в жизнь меры обеспечения общественных интересов. А для того чтобы создать хороший образ правительства и эффективно обмениваться с общественностью информацией, осведомленность журналистов по самым различным вопросам должна быть постоянной заботой партийных комитетов. Поэтому регулярные встречи с журналистами, пресс-конференции с участием секретарей и заведующих отделами партийных комитетов, выпуск пресс-бюллетеней помогают журналистам ориентироваться в обстановке, находить оптимальные пути для решения профессиональных задач<sup>39</sup>.

С другой стороны китайская Конституция уже гарантирует право каждого гражданина на получение полной и достоверной информации по любому вопросу общественной деятельности, если она не составляет государственной и военной тайны. Гарантируется также право на открытое и свободное обсуждение любого общественно значимого вопроса<sup>40</sup>.

Действия СМИ регулируются Главным управлением по делам печати, публикациям, радио, кино и телевидения. Управление было создано в 2013 году после объединения Генерального агентства по делам печати и публикаций и Государственного агентства по делам радио, кино и телевидения. Главное управление по делам печати осуществляет контроль газет, периодических изданий, видео и аудио ресурсов, интернет-СМИ. А также составляет список запрещенных тем и управляет государственными предприятиями в сфере телевидения и радиовещания. Помимо этого, его обязанностями являются контроль контента всех радио, телевизионных, спутниковых и интернет-трансляция в Китае<sup>41</sup>.

Список информации, которая является запрещённой в Интернете, была закреплена в законодательном порядке в 1997 году. Это призывы к неисполнению или нарушению Конституции и законов; к свержению

---

<sup>39</sup> Ван Сюй. Изменение взглядов на политическое функционирование СМИ в Китае. С. 159

<sup>40</sup> Там же. С. 159.

<sup>41</sup> Гленн Су. Джанетт К.Чан, Ганс-Гюнтер Герман. China: Two Powerful Chinese media regulators merge // mondaq: офиц.сайт. 24.06.2013. URL: <http://www.mondaq.com/x/253102/broadcasting+film+television+radio/Two+powerful+Chinese+media+regulators+merge> (дата обращения: 21.04.19).

правительства; к ведению террористической деятельности; искажение правды и распространение слухов; распространение феодальных предрассудков, материалов сексуального характера, азартных игр, насилия; нанесение вреда репутации государственных органов; и иная информация, противоречащая Конституции, законам, нормативным актам<sup>42</sup>.

Китайская интернет-журналистика регулируется 11 законами, 2 судебными интерпретациями и 354 ведомственными правовыми актами. В основном, эти документы связаны с регистрацией пользователей в сети, регистрацией доменных имен, аудио и видео передачей, интеллектуальной собственностью, информационными услугами, новостными сообщениями, безопасностью интернета.

В «Положении об управлении новостными интернет-сервисами» определяются основные термины журналистики, такие как новости, приложение, интернет-сайты, форумы, репортажи и обзоры, интернет-СМИ. В положении сказано, что все интернет-СМИ обязаны получить лицензию, также в нем прописаны правила получения журналистского удостоверения, список запрещенной к публикации информации, который также обозначен в Конституции Китая<sup>43</sup>.

Стиль всесторонней модернизации привел к радикальным изменениям в политической коммуникации. Возникли новые идеи, новые подходы к уже апробированным методикам. В частности, появились новые методы и принципы ведения политической пропаганды. По сути дела, под руководством Коммунистической партии Китая сейчас идет переоценка ценностей и реформирование всей системы политической коммуникации Китайской Народной Республики. Она становится более оперативной, более доходчивой и

---

<sup>42</sup> Лексютина Я. В. Политика китайского руководства в вопросах контроля и регулирования Интернета // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. 2011. Сер. 6. С.204.

<sup>43</sup> Лю Янь. Публичная сфера под контролем: современный опыт регулирования интернет-журналистики в КНР // Ойкумена. Регионоведческие исследования. Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. 2016. №2. С.33.

понятной читателям, слушателям и зрителям, а, следовательно, и более эффективной<sup>44</sup>.

В процессе глобальных трансформаций международных отношений большое внимание уделяется азиатскому региону. В нем Китай, представлен ведущей державой, и становится полем информационных столкновений. Хотя в КНР отсутствует единая стратегия развития киберпространства и обеспечения безопасности информационных систем, тем не менее, концептуальное обоснование значимости проблемы у страны все же имеется<sup>45</sup>.

Главный документ, который подчеркивает роль IT-технологий представлен в виде Всеобъемлющей Концепции национальной безопасности Китая. При ознакомлении с этим документом можно заметить, что правительство Китая уделяет немалое внимание вопросу информационной безопасности.

Реализация задачи сохранения контролирующей роли государства и Коммунистической партии Китая в национальном сегменте Интернета привела к установлению цензуры, призванной оградить китайских пользователей глобальной сети от «нежелательной» информации. По оценкам целого ряда исследователей, за двадцать лет существования Интернета в Китае китайским властям удалось создать один из самых жёстких режимов фильтрации информации в Интернете в мире<sup>46</sup>.

Иногда происходит временная либерализация режима цензуры Интернета – в случаях, когда Пекин хочет продемонстрировать всему миру свою приверженность курсу открытости и соблюдению гражданских прав и свобод. Наиболее ярким примером может служить период с 1 августа по середину сентября 2008 г., когда ввиду проведения Олимпийских игр в Китае был разблокирован ряд сайтов, а журналистам была предоставлена большая свобода в освещении данного события. Также степень регулирования Интернета

---

<sup>44</sup> Ван Сюй. Изменение взглядов на политическое функционирование СМИ в Китае. С. 159

<sup>45</sup> Ибрагимова Г. Р. Стратегия КНР в области управления интернетом и обеспечения информационной безопасности // Индекс безопасности. 2013. №1 (104). Том 19. С. 170.

<sup>46</sup> Лексютина Я. В. Политика китайского руководства в вопросах контроля и регулирования Интернета. С. 203.

меняется не только от текущих внутривластных и международных событий. Но жесткость контроля варьируется по районам Китая, например, наиболее сильны ограничения в СУАР и Тибетском автономном районе. Помимо этого цензура разная и по языковому признаку: ввиду того, что она призвана оградить от нежелательной информации именно китайских граждан, более жесткой цензуре подвергаются сайты на китайском языке<sup>47</sup>.

Таким образом, системная трансформация китайского общества затронула все сферы жизнедеятельности общества, в том числе и информационно-коммуникационную. Опыт реформы Китая показывает, что отсутствие объективных, эффективных, двухсторонних политических коммуникационных связей приведет в будущем к высокой социальной напряженности, нарастанию конфликтов, непредсказуемости событий, падению легитимности политических институтов, возникновению кризисных ситуаций<sup>48</sup>.

В подаче новостей в китайских СМИ ярко демонстрируется китайский менталитет. Ведь СМИ – это неотъемлемая часть коммуникации в современном обществе, поэтому национальный характер, непосредственно, будет проявляться во всех сферах жизни. Так как Китай – это социалистическое государство, то его государственная информационная политика, соответственно, предусматривает акцентирование новостей, в которых превозносится авторитет сильного лидера, показывая его сильное влияние на внешнюю и внутреннюю политику страны.

Например, при углубленном анализе контента китайских СМИ, в глаза бросается высокая частота упоминания председателя партии Си Цзиньпина. Политический лидер участвует во внутренней и внешней политике, экономике, культуры, а также не упускает возможность поздравить или пособолезновать публичным личностям из других стран. Упоминание его влияет не только на политическую ситуацию в стране, но и на экономику и на всеобщее настроение народа. Кроме этого в СМИ рассказывается о национальных достижениях в

---

<sup>47</sup> Лексютина Я. В. Политика китайского руководства в вопросах контроля и регулирования Интернета. С.202-208.

<sup>48</sup> Ван Сюй. Изменение взглядов на политическое функционирование СМИ в Китае. С. 159



области науки, техники, литературы, искусства. Для китайцев особой радостью встречаются новости в иностранных СМИ, в которых написано что-то хорошее о Китае или если кто-то из глав государства вспоминает про Китай.

В последнее время большое внимание уделяется международным новостям, которые касаются дипломатических отношений. Например, сейчас отношения между Китаем и Россией являются очень теплыми и дружественными. Как и в российских новостях, в китайских СМИ этой теме уделяется достаточно большое внимание. Стараются говорить не только о непосредственно политических отношениях, но и о бытовых отношениях, на уровне которых проявляется дружелюбие.

Большое значение придается усилению государственного присутствия в Интернете. Интернет контент в Китае тщательно «просеивается» Министерством общественной безопасности. «Представляющие угрозу» материалы удаляются, и доступ к ним с территории Китая блокируется в течение нескольких минут. Технически это обеспечивается законодательно закрепленным контролем над деятельностью Интернет провайдеров и комплексной системой автоматической фильтрации и блокировки определенной информации по ключевым словам<sup>49</sup>.

Стоит отметить, что на всей территории КНР ограничивается доступ к таким активно используемым Западом для массовой доставки своей информации Интернет ресурсам, как Twitter, Facebook, Youtube<sup>50</sup>. Для всех заблокированных зарубежных социальных сетей в Китае есть свои аналоги, в их числе: QZoneQQ, Pengyou, WeChat, BaiduHi, SinaWeibo и т.д.

Несмотря на наличие жесткого контроля социальных ресурсов, китайские пользователи находят способы, чтобы обойти их. Широко используются прокси-серверы и другие ресурсы, позволяющие обходить цензуру. Для обсуждения социально-политических вопросов используются слова, на первый взгляд не имеющие отношения к политике. Поскольку эти методы

---

<sup>49</sup> Евдокимов Е. В. Политика Китая в глобальном информационном пространстве // Международные процессы. 2011. Том 9. № 1(25). С. 76.

<sup>50</sup> Там же. С. 76.

общеизвестны, то и цензура их учитывает, часть из закодированных сообщений уже удалена из сети; однако удалить все комментарии цензура не в состоянии<sup>51</sup>.

Китайский исследователь Ч. Люй указывает на необходимость широкого использования медиа для формирования положительного восприятия Китая за рубежом. Также исследователь отмечает, что западные медиа зачастую представляют искаженные факты о Китае, с целью демонизации образа страны. Следовательно, действия правительства КНР представляются аудитории в искаженном виде: «Таким образом, мы должны использовать различные виды массмедиа, чтобы транслировать больше достоверной информации международному сообществу»<sup>52</sup>.

Особенности формирования имиджа в традиционных СМИ и новых медиа имеют свои различия. Например, внешний и внутренний имиджи формируются по-разному. Так внутри страны национальные массмедиа Китая находятся под контролем государства. Интернет-стратегия Китая основывается на его уникальном подходе к модернизации. Запад рассматривается как другой мир, который невозможно адаптировать на китайской почве. Поэтому у руководства КНР приоритетным направлением является «электронное правительство» и реализация «сетевой цензуры». Материалы в интернет-СМИ фильтруются, к пользователям применяются законы и карательные меры. Такие правила направлены на то, чтобы уменьшить негативное влияние западной идеологии, сохранить уникальность китайской нации.

Иновещательные массмедиа Китая продвигают положительный имидж страны. Содержание таких СМИ показывает миру культуру и современные достижения китайского народа, развитие его экономической мощи. Также оно призвано укрепить духовные связи с многочисленными китайскими диаспорами за рубежом. Иновещательные СМИ КНР обязательно адаптируют

---

<sup>51</sup> Ибрагимов Г. Р. Стратегия КНР в области управления Интернетом. С.181.

<sup>52</sup> Ван Юе. Специфика, проблемы и перспективы развития китайских видеопорталов в международной коммуникации. диссертация. Российский университет дружбы народов. М.: 2016. С. 22.

свой контент под условия конкретной страны, учитывают менталитет. Это можно заметить в различии сайтов СМИ, при переходе на разные языки<sup>53</sup>.

Главный акцент для продвижения положительного образа Китая сделан на культурологическом аспекте. По мнению О.И. Бодровой, очень успешными оказались, непосредственно, традиционные китайские концепты «единство» и «гармония». Автор указывает на то, что данная концепция очень позитивно влияет на восприятие Китая в других странах и представляет собой «формирующую силу» для имиджа страны. Жители Китая стремятся к тому, чтобы на мировом уровне китайская нация была признана действительно успешной<sup>54</sup>.

Из-за влияния западных стран на глобальную политическую ситуацию имидж Китая на международной арене сегодня по-прежнему очень чувствителен к внешним факторам и уязвим. Восприятие национального имиджа Китая другими государствами свидетельствует о том, что у них существуют серьезные расхождения по отношению к этой стране. В целом, однако, в развивающихся странах восприятие национального имиджа Китая позитивное, а негативное характерно в основном для западных стран<sup>55</sup>.

Национальный имидж Китая в развивающихся странах в целом прогрессивный и дружественный. Это можно увидеть на примере африканских стран, когда весной 2008 г. президент Нигерии Яр-Адуа после визита в Китай вернулся на родину, африканскими СМИ была опубликована его статья «Не молитесь на помощь Китая, а копируйте Китай». В феврале 2009 г. некоторые западные средства массовой информации под давлением Всемирного банка запретили четырем китайским компаниям участвовать в аукционе его проектов в Африке, чтобы дискредитировать имидж Китая. Однако большинство

---

<sup>53</sup> Цзе Чжоу. Продвижение положительного имиджа Китая в традиционных СМИ и медиа нового типа // Электронный научный журнал «Медиаскоп». офиц. сайт. 2018. URL: <http://www.mediascope.ru/2449> (дата обращения: 21.04.2019).

<sup>54</sup> Бодрова О. И. Особенности восприятия и трактовки концепта «гармония» во внешнеполитических концепциях КНР // Политический дискурс в парадигме научных исследований: сборник статей международной научной конференции. Тюмень. 2014. № 2. С. 113-117.

<sup>55</sup> Хунянь Юй. Формирование имиджа Китая в международном сообществе: проблемы и способы их решения // Вестник БДУ. 2013. Сер. 4. № 2. С. 73-76.

африканских национальных СМИ выступили против и поддержали китайские компании. Это показывает, что африканские страны благодарны Китаю за экономическую помощь и в то же время готовы противостоять политике западных стран<sup>56</sup>.

Подводя итоги, можно сказать, что существующая в настоящее время система информационно-политической работы в КНР может быть определена как «управляемая открытость». Она характеризуется, с одной стороны, сохранением централизованного контроля власти над основными инструментами внутреннего и внешнего информационного поля. С другой стороны, контроль перестал подразумевать полное закрытие альтернативной информации. Такая ситуация свидетельствует о повышении квалификации и технической оснащенности китайского пропагандистского аппарата. Политика частичной открытости в СМИ позволяет улучшить восприятие Китая у внутренней аудитории страны и у иностранных граждан.

### **1.3 История становление и специфика интернет-СМИ Китая**

Становление современных китайских интернет-СМИ началось с появления электронного выпуска газеты «Ханчжоу жибао» 6 декабря 1993 года.

Затем, начиная с 1996 г., СМИ Китая поочерёдно начали осваивать свою нишу в Интернете. 1 января 1996 г. Электронные выпуски «Жэньминь жибао», «Гуанчжоу жибао» и «Акции Китая» электронный выпуск начали размещать постоянные публикации в Интернете.

К концу 1996 г. более 30 газет и 20 журналов начали активную работу в виртуальном пространстве с сетевой массовой аудиторией. В это же время в декабре Центральное Китайское Телевидение создало также собственный сайт. К концу 2000 года, более чем 2000 из 10000 СМИ Китая вышли в интернет-пространство на постоянной основе.

---

<sup>56</sup> Там же. С. 74.

К сегодняшнему дню практически все редакции традиционных видов китайских СМИ создали в сети свои сайты<sup>57</sup>.

Онлайновые СМИ стали пользоваться большой популярностью. А также контент, распространяемый с помощью мобильной связи.

В начале 2000-х годов Китай создал различные информационные каналы на иностранных языках<sup>58</sup>. А уже в январе 2009 г. Пекин объявил о планах выделить до 45 млрд. юаней на расширение китайских иноязычных СМИ. Планы включили увеличение количества зарубежных корпунктов государственного информационного агентства «Синьхуа», а также расширение сферы его деятельности<sup>59</sup>.

Информационное агентство «Синьхуа» – это одно из ведущих государственных мультимедийных источников информации для зарубежной аудитории. Агентство ежедневно готовит ленту оперативной информации на русском языке объемом до 100 сообщений в сутки. Остальные СМИ Китая публикуют материалы этого издательства.

Одним из самых популярных интернет-СМИ является «Жэньминь Жибао». Изначально газета появилась в печатном варианте, а веб-сайт начал свое существование в 1997 году. В 2013 году тираж газеты составлял 3 миллиона копий. Сейчас интернет-СМИ существует на разных языках народов Китая и основных иностранных языках: русский, английский, японский, французский, испанский, арабский, монгольский, тибетский, уйгурский, казахский, корейский, чжуанский<sup>60</sup>.

Знаковым событием в истории современных средств массовой информации КНР стала презентация 28 февраля 2007 г. мобильного приложения для распространения мультимедийного контента крупнейшего

---

<sup>57</sup> Су Юйфан. Интернет-журналистика КНР в контексте глобализации медиасреды: диссертация ... кандидата филологических наук. М.: ООО «Издательство "Спутник+»». 2013. С.48-49.

<sup>58</sup> Стефани Хенг. Мощный инструмент для Китая и других новых держав // Иносми.ру: офиц. сайт. 03.06.2015. URL: <https://inosmi.ru/world/20150603/228371621.html>. (дата обращения: 02.04.2019).

<sup>59</sup> Евдокимов Е. В. Политика Китая в глобальном информационном пространстве. С. 74-83.

<sup>60</sup> Лосев. О. С. Зарубежная печать: Краткий справочник. Газеты. Журналы. Информационные агентства. М.: Политиздат, 1986. С. 196.

общественно-политического СМИ Китая, официального печатного издания ЦК Компартии Китая – газеты «Жэньминь жибао»<sup>61</sup>.

Следом за этими двумя СМИ, появился абсолютно новый сервис, который находится только в Интернете – Китайский информационный центр «China.org.cn». Он создан при Управлении издательства литературы на иностранных языках КНР. Информация China.org.cn публикуется на китайском, английском, французском, немецком, японском, испанском, арабском, русском языках и на эсперанто.

Журнальную периодику на русском языке представляет ежемесячный журнал «Китай», который начал с 1951 г. издаваться на русском языке в СССР, а затем и в России. В 2001 г. выпуск был прекращен, русскоязычная версия сохранилась только в электронном виде. В 2005 г. издание печатного варианта на территории России было возобновлено<sup>62</sup>.

О.В. Монастырева упоминает о существовании русскоязычного китайского интернет-СМИ «Партнеры». Изначально это ежемесячный, иллюстрированный журнал, который начал издаваться в 2002 году. Особенность этого издания в том, что оно региональное, публикуется в провинции Хэйлунцзян и распространяется по всему Китаю и Дальневосточному региону России. Журнал «Партнеры», также имеет Интернет версию<sup>63</sup>.

На сегодняшний день пользуется популярностью интернет-версия «Международного радио Китая». Сайт начал свою работу 26 декабря 1998 году. Материалы на русском языке издание стало публиковать в 1999 году. На сайте посетители не только могут прочитать актуальную на данный момент информацию, но и послушать радио на русском языке<sup>64</sup>.

---

<sup>61</sup> Зеленко, С, Сунь Кэ. Особенности новых медиа Китая// Международная журналистика. Минск. Белорусский государственный университет. Материалы VIII Международной научно-практической конференции. 2019. С.80

<sup>62</sup> Монастырева, О. В. Русскоязычные СМИ Китая: история и перспективы развития // Журналистский ежегодник. научная статья. Национальный исследовательский Томский государственный университет. 2012. №1. С. 97.

<sup>63</sup> Там же. С. 97.

<sup>64</sup> Там же. С. 96.

Ситуация на рынке СМИ современного Китая – это закономерный итог процесса активного развития страны и включения его в международное пространство. Но важная и отличительная особенность современных китайских СМИ – желание сохранить национальную идентичность<sup>65</sup>.

В настоящий момент выделяют несколько тенденций развития китайских онлайн-СМИ. Во-первых, деятельность китайских традиционных СМИ может быть напрямую связана с их деятельностью в Интернете. Китайские издания столкнулись с проблемами в области создания правил функционирования, конкуренции и нежелательного нашествия развитых иностранных СМИ на рынок китайского Интернета. Во-вторых, в Китае комплексное совместное существование новых и традиционных медиа является залогом успешного развития кросс-медийного бизнеса. Потому традиционные СМИ обладают доверием аудитории, а онлайн-издания технологическим преимуществом.

Совершенствование мультимедийного способа вещания в Интернете чрезвычайно важно для его полноценного развития. Мультимедийность информации – это важная отличительная черта Интернета. Так называемая мультимедийная передача – это метод цифровой передачи текста, звука, видео и телесигнала. В-третьих, новостные сервисы китайского Интернета уделяют всё большее внимание оригинальности контента. А также быстрое развитие Интернета оказывает большое влияние на традиционные методы трансляции новостей. Оно способствует процессу изменения темпов и качества развития журналистики<sup>66</sup>.

Также медийная стратегия Китая связана с улучшением восприятия Китая за рубежом, воздействием на китайские диаспоры, а также с улучшением имиджа страны внутри собственных границ и для положительного восприятия ее за рубежом.

---

<sup>65</sup> Ван Вэйся. Феномен мультимедиа в области СМИ современного Китая // Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов. СПб.: Высшая школа журналистики и массовой коммуникации. 2016. №1 (10). 176 с.

<sup>66</sup> Су Юйфан. Тенденции развития китайских Онлайн-СМИ. С. 388

В медиапространстве, как в особой сфере взаимоотношений двух стран, китайская сторона сегодня играет роль ведущего, наиболее инициативного участника межкультурного диалога с аудиторией соседней страны. Ситуация на рынке СМИ современного Китая, в частности, названных онлайн-СМИ – это закономерный итог процесса активного развития страны и включения его в международное пространство.

## 2 РЕАЛИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В КОНТЕНТЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ КИТАЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

### 2.1 «Жэньминь Жибао» как интернет-издание Китая

Первый номер газеты «Жэньминь Жибао» вышел 15 мая 1946 г. в городе Ханьдань. После она стала органом бюро ЦК КПК освобожденного района Шаньси – Хэбэй – Шаньдун – Хэнань. 2 февраля 1949 г., редакция газеты переехала в столицу<sup>67</sup>.

Изначально «Жэньминь жибао» или «Народная газета» предназначалась для освещения идей Мао Цзэдуна. В 1965 г. произошел качественный сдвиг, материалы, публикуемые в «Жэньминь жибао», затрагивали многие сферы из жизни общества, кампании стали вести одновременно по многим направлениям. В университетах газету «Жэньминь жибао» распространяли как официальный документ. Ее переписывали крупным шрифтом от руки, вывешивали на огромных щитах, расклеивали в виде типографских листовок на деревьях и столбах<sup>68</sup>.

В период «культурной революции» с 1966 года по 1976 год штат и объем газеты «Жэньминь жибао» сократился. Бывали дни, когда на страницах

---

<sup>67</sup> Лемешко Ю. Г, Машкина. Ю. В, Газета «Жэньминь жибао» на начальном этапе «культурной революции» (1966-1969) // Вестник АмГУ. Серия: гуманитарные науки. 2011. №54. С. 20-24.

<sup>68</sup> Там же. С.20-24.



народной газеты печатали только директивы ЦК КПК, соответственно число читателей уменьшалось, что привело к сокращению тиража с 1 млн. 330 тыс. до 1 миллиона экземпляров.

С 1985 года газета начала публиковаться на английском, японском, французском, испанском, русском и арабском языках. В середине 1990-х издание начало испытывать, действительно, серьёзную конкуренцию со стороны других китайских и зарубежных информационных изданий. Поэтому с целью модернизации 1 января 1997 года был открыт веб-сайт «Жэньминь жибао», а в 2001 году появилась его русскоязычная версия.

На сегодняшний день газета владеет более 70 корпунктами по всему миру и поставляется в 122 страны. Выходит на китайском, русском, английском, японском, французском, испанском, арабском, монгольском, тибетском, уйгурском, казахском, корейском, носу и чжуанском языке. Подбор тем, появляющихся на страницах газеты, позволяет судить о приоритетах и интересах Пекина. «Жэньминь жибао» ориентирована на публикацию политических новостей, освещение деятельности КПК и курса, проводимого правительством КНР.<sup>69</sup>

На русскоязычном сайте, который был открыт 5 июня 2001 года, есть раздел «О себе» в котором редакция сообщает: «Жэньминь Жибао» - одна из ведущих газет в мире. Веб-сайт газеты «Жэньминь Жибао» («Жэньминь жибао» онлайн) – самый крупный информационный сайт на китайском языке. Со дня создания сайта – 1 января 1997 года – газета поставила задачу передать миру голос Китая. Это один из ведущих официальных русскоязычных серверов Китая. Здесь Вы можете прочитать новости, комментарии и многое другое. При этом наряду с сохранением компетентности газета в полной мере развивает возможности Интернета, усиливая привлекательность и интерес». Редакция называет «Жэньминь Жибао» – одним из самых авторитетных, влиятельных и оперативных сайтов в Китае. Потому что в издании более тысячи журналистов,

---

<sup>69</sup> Лемешко Ю. Г, Машкина Ю. В, Газета «Жэньминь жибао» на начальном этапе «культурной революции» (1966-1969). С. 20-24.

работающих в 70 корреспондентских отделениях в странах и районах мира. А также, потому что новости публикуются на китайском, русском, английском, японском, французском, испанском и арабском языках. Зеркальные пункты открыты в Японии и США<sup>70</sup>.

Интернет-портал «Жэньминь жибао» выполнен в двух цветах синий и красный. В шапке сайта расположено слайдшоу предстоящих событий 2018 года и кнопки перехода в разделы: «Лента новостей», «Видео», «Контакты», «Помощь», «Архив», «RSS», «Карта сайта». Также там можно увидеть QR-коды, с помощью которых можно перейти на страницы СМИ в других социальных сетях – это «Вконтакте» и приложение в Google Play. На главной странице СМИ существуют такие разделы как «Комментарии», «Главные новости дня», «Видео интервью», «Свободная пресса», «Китай и Россия: энциклопедия малого и среднего бизнеса», «Спецтемы», «5 самых читаемых новостей», «Ключевые слова».

Кроме этого СМИ предлагает читателям несколько новостных рубрик: «В Китае», «В Мире», «В России и СНГ», «Экономика», «Комментарии», «Наука и образование», «Общество и культура», «Спорт», «Происшествия», «Фотогалерея», «Видео».

Условно их можно разделить на 2 группы:

- новостные: «В Китае», «В Мире», «В России и СНГ», «Экономика», «Комментарии», «Наука и образование», «Общество и культура», «Спорт», «Происшествия»;
- развлекательные: «Фотогалерея», «Видео».

Просмотрев группу «Новости» можно сказать, что все материалы написаны деловым языком, все про официальные мероприятия и действия политиков в Китае и мире. Новости в рубриках не пересекаются, идет четкое деление по темам. В день выходит по две новости в каждой рубрике, всего 30 новостей в разделе. Материалы пишут корреспонденты «Жэньминь жибао». В

---

<sup>70</sup>Жэньминь жибао. О нас // Russian.people.cn: офиц. сайт. URL: <http://russian.people.com.cn/95209/index.html>. (дата обращения: 28.04.2019).

основном описываются положительные события, произошедшие во всех странах. Негативная информация встречается только про КНР, но только если все причины неприятностей и плохие последствия устранены правительством.

В развлекательной группе встречаются содержаться фотоотчеты о политических событиях, фоторепортажи, видео-сюжеты и видео-истории.

Рассматривая рубрики интернет-СМИ «Жэньминь жибао» можно описать их так: «В Китае» – посвящена событиям, которые произошли исключительно внутри страны, «В Мире» – материалы освещают деятельность политиков Китая и мира, «В России и СНГ» – публикации, рассказывают только о деятельности этих государств. Во всех этих рубриках очень часто упоминается Си Цзиньпин и его поздравления для других политиков. В разделах «Экономика» – говорится только об экономическом росте Китая, «Комментарии» – публикуют свои материалы профессора и доктора наук, «Наука и образование» – описаны все новые научные достижения и реформы в образовании, «Общество и культура» – позитивные и негативные новости о людях Китая, культурные события в городах страны, в рубрике «Спорт» – находятся спортивные достижения китайцев.

Страницы насыщены фотографиями, заголовки и текст выполнены в едином стиле. На главной странице расположена реклама русских СМИ. Это говорит о сотрудничестве между редакциями и о дружественных отношениях между Россией и Китаем.

«Жэньминь жибао» взаимодействует со своей аудиторией с помощью mail почты. Также администрация предлагает подписаться на СМИ в Вконтакте и Google +.

В конце можно сделать вывод, что изначально «Жэньминь жибао» распространялась как официальный документ и пропагандировала идеи Мао Цзэдуна. Впоследствии, газета начала свою модернизацию: стала выпускаться на разных языках и открыла свой информационный портал. На сегодняшний день интернет-СМИ «Жэньминь жибао» приобрело широкую популярность не только в Китае, но и за рубежом.

## 2.2 Реализация информационной политики в контенте интернет-СМИ «Женьминь жибао»

«Женьминь жибао», как ведущее издание КНР, проводит государственную информационную политику, так как учредителем и издателем газеты является центральный комитет КПК. Русскоязычная версия интернет-СМИ ориентирована на жителей России, поэтому издание не просто информирует граждан, а целенаправленно реализует информационную политику, которая позволяет выстроить определенные отношения с Россией. Из анализа контента издания мы увидим, что в ней отражаются и защищаются интересы государства и власти. Все материалы можно разделить на следующие тематические группы:

- внутренняя жизнь страны: экономика, наука и образование, культура, спорт;

- внешние отношения страны: иностранные инвестиции, участие Си Цзиньпина во внешнеполитических отношениях, распространение культуры Китая за рубежом, налаживание дружественных контактов с другими странами.

То есть освещаются такие вопросы, в которых Китай наиболее преуспел и имеет какие-либо достижения. Но если у страны имеются проблемы и недостатки в каких-то областях, то, скорее всего, издание не будет об этом говорить и освещать эту тематику, иначе публикации будут тщательно сортироваться и публиковаться с неполной информацией.

С помощью этих тем издание показывает читателям положительную динамику развития Китая не только в рамках своих границ, но и на мировой арене.

Издание нацелено на формирование положительного имиджа страны у иноязычной аудитории. До читателей доносят следующие константы имиджа Китая:

- страна с добрым, ответственным главным секретарем,
- дружелюбность, по отношению к странам внешнего мира,
- страна, оперативно решающая чрезвычайные ситуации,

- страна с развитой экономикой, с наличием высокотехнологичных производств,
- страна, выгодная для инвестирования капиталов,
- страна с богатой культурой, древними традициями,
- страна с хорошим образованием и наукой,
- страна со спортивным населением.

Рассматривая темы, связанные с политикой, мы замечаем, что уделяется большая роль генеральному секретарю КНР Си Цзиньпину. Издание подчеркивает, что он наладил контакты с лидерами других стран, активно участвует в мировых политических процессах, а также, что люди к нему прислушиваются. Понять это читатели могут по следующим материалам: «Си Цзиньпин встретился с торговым представителем и министром финансов США» (16/02/2019), «Си Цзиньпин опубликовал авторскую статью в итальянских СМИ» (20/03/2019), «Си Цзиньпин и Владимир Путин провели переговоры» (26/04/2019), «Си Цзиньпин встретился с президентом Швейцарской Конфедерации» (30/04/2019).

В издании встречаются поздравительные и соболезнующие послания Си Цзиньпина политикам из других стран: «Си Цзиньпин направил поздравительное письмо участникам первого заседания Совета Информационной сети «Один пояс, один путь» (23/04/2019), «Си Цзиньпин и Ли Кэцян направили руководителям Новой Зеландии телеграммы с соболезнованиями в связи со стрельбой в Крайстчерче» (16/03/2019), «Си Цзиньпин отправил поздравительную телеграмму по поводу открытия 32-го саммита Африканского союза» (11/02/2019). Си Цзиньпин также не остался равнодушным к пожару в знаменитом Нотр-дам-де-Пари «Председатель КНР Си Цзиньпин направил президенту Франции Э. Макрону телеграмму соболезнования в связи с пожаром в соборе Парижской Богоматери» (17/04/2019) (Приложение А). Политик отметил, что собор Парижской Богоматери является важным символом французской культуры, а также жемчужиной человеческой цивилизации, а также сообщает, что весь народ

Китай переживает боль из-за пожара, как и вся Франция. По нашему мнению, такие материалы публикуются ради повышения имиджа генерального секретаря. Таким образом, СМИ создают ему образ благородного, благодарного политика, желающего идти на контакт с мировыми лидерами.

«Жэньминь жибао» подчеркивает желание китайского народа и правительства наладить и укрепить международные отношения. Хочется заметить, что инициатива, судя по заголовкам и тексту, исходит от КНР: «Китай выступает за сохранение в ВТО специального режима для развивающихся стран» (05/04/2019), «Китай окажет помощь Мозамбику, Малави и Зимбабве, пострадавшим от циклона «Идай» (20/03/2019), публикация о завершении переговоров по созданию вертолета «Россия и Китай согласовали все детали совместного проекта по созданию тяжелого вертолета АНЛ – Ростех» (04/04/2019) (Приложение А).

Корреспонденты «Жэньминь жибао» не забывают упоминать чрезвычайные ситуации, произошедшие за рубежом, чтобы показать свою заинтересованность в благополучии иностранных держав: «Бывший президент Перу Алан Гарсия покончил с собой» (19/04/2019), «121 человек погиб, еще 561 пострадал при столкновениях в ливийской столице Триполи – ВОЗ» (15/04/2019).

Немало важную роль в теме «международных отношений» играет серия документальных видеороликов об «Институтах Конфуция», которые также опубликованы на «Жэньминь жибао». Данные институты языка открываются в разных частях света для пропаганды культуры и языка Китая, привлечения туристов в страну, а также налаживания дружественных связей. Сюжеты же рассказывают о работе языковых школ и их плюсах.

Прочитав такие публикации, мы видим, что Китай не хочет изолироваться от внешнего мира, как это было раньше, а наоборот пытается показать, что страна готова к международной коммуникации, совместным действиям и решениям.

О Китае складывается положительное впечатление, когда мы читаем материалы по экономической тематике. Поднебесная предстает перед нами как страна с развитой экономикой, с наличием высокотехнологичных производств. Ведь в СМИ присутствует множество публикаций, где показано, как открываются новые производства, увеличиваются импорт и экспорт. Например, материал о том, что Китай 12-й год подряд является крупнейшим производителем золота - «Китай шесть лет подряд лидирует в мире по объему потребления золота» (01/02/2019) (Приложение А). Потом появляется материал «Китай усилит регулирование рынка золота» (12/04/2019), в котором говорится о пресечении незаконного рынка драгоценного металла.

Даже с помощью не связанных друг с другом ситуаций журналистам удается показать рост экономики страны, например материал о продаже грузовиков - «Продажи тяжелых грузовиков в Китае выросли на 16 проц. в январе 2019 года» (03/02/2019). В последнем абзаце новости написано, что продажа этих автомобилей связана с «с экономическим климатом в стране и обычно соответствуют основным экономическим показателям, таким как индекс менеджеров по закупкам /PMI/», по такому же типу построен материал «В январе-феврале в Китае отмечен стабильный рост производства стройматериалов» (15/04/2019); по сравнению с этими темами единичный материал «Китай повышает цены на бензин и дизельное топливо» (29/01/2019) кажутся незначительными, мелкими.

Одна из тем – это «иностранные инвестиции». Издание подчёркивает, что Китай очень выгодная страна для инвестирования иностранных капиталов, о вложениях в другие страны нет ни одного материала: «В январе с.г. зафиксирован рост привлеченных Шанхаем зарубежных инвестиций» (22/02/2019), «Компания «Аэробус» открыла инновационный центр в Китае» (23/02/2019). Также встречаются публикации, способствующие привлечению в Китай крупных предприятий, фирм. Примером является «В январе значительно выросли иноинвестиции в китайскую отрасль высокотехнологичных услуг» (16/08/2018) (Приложение Б) – в этом материале официальный представитель

Минкоммерции Гао Фэн сообщил о том, что «в минувшем месяце в стране было создано 4646 новых предприятий с участием зарубежного капитала, что на 10,6 проц. меньше по сравнению с аналогичным месяцем 2018 года», тем самым они показывают плодородную почву для инвесторов.

Присутствуют материалы, показывающие партнерские отношения между Россией и Китаем «Объем торговли приграничного города Хуньчунь с Россией вырос в 2018 году» (28/02/2019), «В Шанхае прошло рабочее заседание по сотрудничеству Китая и России в гражданской авиации» (29/03/2019).

Думать о Китае, как о стране с хорошим образованием и наукой мы можем после следующих публикаций: «Китай усиливает надзор за внешкольными учебными заведениями» (03/04/2019), «Число учащихся в высших учебных заведениях Китая достигло 38,33 млн человек» (28/02/2019), «В Харбине открылся совместный инженерный институт ХПУ и МГТУ им. Баумана» (27/02/2019), «Китайский физик получил премию Р. В. Вуда» (25/03/2019), «Китай и Европа запустили проект исследования взаимодействия между солнечным ветром и магнитосферой» (26/03/2019).

Также издание говорит о том, что их страна заинтересована в поддержании хорошей экологии в мире и в разработке лекарств от различных человеческих заболеваний. Такой вывод читатели могут сделать, взглянув на подобные материалы: «Научно-исследовательское судно "Сяньянхун-10" отправилось в Тихий океан для проведения 54-й китайской океанологической экспедиции» (20/03/2019), «Хронический стресс способствует развитию рака молочной железы: исследование Китая» (11/04/2019). Ярким примером этой тематики может послужить «В Китае запущены новые программы клинических исследований стволовых клеток» (20/03/2019) (Приложение Б) – этот материал рассказывает о «запуске трех программ клинических исследований стволовых клеток для лечения серьезных офтальмологических и гинекологических заболеваний». Уже по заголовочным комплексам можно судить о том, что на этом сайте пытаются показать значимость КНР для остального мира, показать его культуру и технический прогресс. Анализ публикаций это подтверждает.



Помимо всего перечисленного очень часто можно встретить материалы об исследовании космоса «Китайские астрономы внесли вклад в получение первого изображения черной дыры» (11/04/2019), «Завершились испытания двигателя китайской коммерческой ракеты-носителя» (04/04/2019). Тем самым издание говорит о том, что технически Китай готов к освоению космоса и сыграет в этом не последнюю роль.

Корреспонденты «Жэньминь жибао» делают упор на свою богатую культуру и древние традиции. Например, это можно увидеть в следующих публикациях: «Национальный музей Китая проводит культурные мероприятия во время празднования Нового года» (12/02/2019), «В городе с тысячелетней историей на востоке Китая будет проведена масштабная реставрация древних строений» (11/02/2019), «Фольклорно-культурный фестиваль на чайных плантациях в горах Уишань» (15/04/2019). Прочитав подобные публикации, складывается впечатление о том, что китайцы чтут свои традиции, заботятся о памятниках своей страны и сохраняют культурное наследие своих предков.

Помимо того, что они показывают мероприятия внутри страны, они освещают события посвященные Китаю за рубежом. Например: «Харбинский симфонический оркестр произвел глубокое впечатление на российскую публику» (01/04/2019), «В Киеве прошел вечер украинской и китайской музыки по случаю 70-летия основания КНР» (17/04/2019). А также «Пьеса Лао Шэ «Глядя на запад в Чанъань» возвращается на сцену» (18/02/2019) (Приложение А) в этой публикации, рассказывается о постановке, которая посвящена 70-летию провозглашения КНР и будет представлена на сцене главной театральной площадки Пекина. Эту пьесу показали первый раз спустя много лет. С помощью этих материалов издание привлекает внимание иностранных граждан к китайскому искусству и к истории Поднебесной.

Также «Жэньминь жибао» делает упор на то, что китайцы очень спортивная нация: «Китай стремится к лучшему выступлению на домашней зимней Олимпиаде-2022 в Пекине» (09/04/2019), «Всемирная зимняя Универсиада – Шорт-трек: Китайский спортсмен Ань Кай завоевал "золото" на

дистанции 1500 м» (06/03/2019), «Женская сборная Китая обыграла американок на чемпионате мира по шахматам в Казахстане» (14/03/2019) (Приложение В) – В 8 туре чемпионата мира по шахматам китайки обыграли шахматисток из США, а после победители занимают первое место с 16 очками, «В Чжанцзякоу завершился 18-й Китайский международный фестиваль лыжного спорта» (10/03/2019). Материалы о проигрышах или неудачах спортсменов мы не обнаружили.

Помимо этого «Жэньминь жибао» для создания положительного имиджа Китая использует такой прием как замалчивание одних фактов и обострение других – это можно увидеть в публикациях, говорящих о негативных событиях в стране, апелляция к системе ценностей, оперирование идеологическим восприятием мира.

Такой прием можно заметить в публикациях, где издание показывает, как государство оперативно решает чрезвычайные ситуации внутри страны. Эти материалы опубликованы только потому, что все плачевные ситуации уже решены правительством Китая, иначе о них бы не писали. Рассмотрим следующие новости: «Коррупционер из «красного циркуляра» вернулся в Китай после 17 лет нахождения в бегах за рубежом» (04/03/2019) в конце материала написано «В Антикоррупционной координационной группе ЦК КПК, комментируя это событие, заявили о необходимости продолжить работу с неослабевающей силой, чтобы коррупционеры, где бы они ни находились, перестали питать иллюзии относительно возможности остаться безнаказанными.», «На юго-западе Китая потушен лесной пожар» (15/04/2019) пожар произошел по вине курящего жителя, который был задержан полицией. Еще один материал «11 человек стали жертвами наводнения в китайском городе Шэньчжэнь» (14/04/2019), в нем показывается, как правительство пытается бороться с паводком, чтобы защитить своих людей. События в данном материале показаны, как единичные случаи, что такое вряд ли когда-то повторится. Такие ситуации не выглядят, как большая проблема или череда катастроф.

В данном материале «Ведется расследование в отношении бывшего инспектора канцелярии правительства пров. Цзилинь, бывшего секретаря парткома г. Цзилинь» (16/04/2019) действует политика управляемой открытости. В нем сказано, что ведомства проводят расследование в отношении бывшего инспектора канцелярии и заместителя ответственного секретаря правительства, бывшего секретаря парткома Чжао Цзинбо. Этот человек подозревается в серьезном нарушении дисциплины и закона. А что он нарушил, и какое преступление совершил, читателям не говорят. По нашему мнению так написали, потому что вина политика еще не доказана и поэтому его могут оговорить зря и доброе имя чиновника будет испорчено.

Также ярким примером политики управляемой открытости является ситуация с арестом директора компании Huawei Мэн Ваньчжоу. Женщину арестовали в аэропорту Ванкувера без объяснения причин. «Жэньминь жибао» начинает описывать ход событий, начиная с требований китайского правительства освободить гражданку КНР «Китай требует от Канады незамедлительного освобождения финансового директора Huawei» (06/12/2018) (Приложение В). В следующих публикациях, которые посвящены этой проблеме, использованы очень яркие слова для окраски действий США и Канады. Издательство считает неправомерными, нарушающими права человека действия правительств этих стран. Для редакции и всего Китая этот арест является очень возмутительным, ведь даже не объясняются причины задержания директора. Ход событий можно проследить в следующих публикациях: «МИД КНР: Китай потребовал от США и Канады немедленно освободить финансового директора Huawei» (07/12/2018), «МИД КНР: Канада и США до настоящего времени не предоставили доказательств нарушения задержанной Мэн Ваньчжоу законодательства этих стран» (08/12/2018), «Нельзя нарушать законные права и интересы китайских граждан» (10/12/2018), «Финансовый директор компании Huawei освобождена под залог» (12/12/2018), «Китайская компания Huawei подтвердила уверенность в невиновности своего финансового директора» (09/05/2019)

(Приложение Г). Во всех этих публикациях реализуется политика управляемой открытости, ведь в них говорится о невиновности женщины, ущемлении прав гражданки, абсурдном поведении, молчании США и Канады и яркой защите китайским правительством Мэн Ваньчжоу. Совершенно ничего не сказано о решениях Канады и США, кроме требования экстрадиции, и нет никаких комментариев со стороны их правительств. Также ничего не сказано о том, что санкции против Huawei нанесут колоссальный удар по экономическому и технологическому сектору Китая.

Нами не было найдено заметок о ситуациях, которые остались без внимания правительства.

Если чрезвычайная ситуация продолжительная и ее невозможно решить в ближайшее время, то СМИ описывает ход событий по мере поступления новой информации, не забывая упоминать участие властей в решении проблемы, например: «В Китае зафиксирована новая вспышка африканской чумы свиней» (11/09/2018) в этом материале проблему только обнаружили и власти запустили меры по дезинфекции. После местные власти ввели в действие механизм экстренного реагирования на ЧС «Новый случай африканской чумы свиней выявлен в Китае» (24/12/2018). В следующем году китайские ученые начали подходить к концу проблемы возникновения вируса, они обнаружили штамм вируса и поставили на контроль профилактику АЧС в Китае «В Китае ученым удалось выделить вирус африканской чумы свиней» (27/03/2019) (Приложение А). Исходя из этого, создается впечатление, что государство бережно относится к своим гражданам, оно всегда придет к ним на помощь.

Из анализа интернет-СМИ можно сделать вывод, что «Жэньминь жибао» придерживается политики управляемой открытости в своих публикациях. Поэтому издание освещает такие вопросы, в которых Китай наиболее преуспел и имеет какие-либо достижения: экономика, наука и образование, культура и древние традиции, спорт, иностранные инвестиции, участие Си Цзиньпина во внешнеполитических отношениях, распространение культуры Китая, налаживание дружественных контактов с другими странами. О чрезвычайных

ситуациях говорится вскользь и многие события носят единичный характер, а если они все же упоминаются, то только с упоминанием оперативных действий органов власти. Издание уделяет особое внимание быстрому развитию экономики Китая, это нужно для инвестирования иностранных капиталов в страну. В публикациях корреспонденты акцентируют внимание читателей на древней, богатой культуре Китая, на развитии науки, техники, образования и спорта.

### **2.3 Общая характеристика интернет-издания «Китай»**

Одним из русскоязычных китайских изданий является интернет-издание «Китай». Это интернет-версия печатного художественно-публицистического журнала.

Журнал начал свою работу в 1950 году, в 2005 году в Москве представили первый номер обновленного, русскоязычного журнала «Китай». Презентация проходила в посольстве КНР в России. Теперь СМИ выпускается издательством «Жэньминь Хуабао» под руководством Китайского международного объединения издательств. Редакция журнала находится в Пекине, а в Москве, существует, открытое представительство.

Сам сайт был открыт в 2009 году. Сегодня там публикуются материалы на 7 языках: русском, китайском, английском, японском, немецком, корейском, арабском.

Редакция сайта не предоставляет информацию об издании, ее можно подчерпнуть только в сторонних источниках или на иностранных версиях «Китая».

Интернет-портал выполнен в традиционном синем цвете, в дизайне присутствует минимализм, нет ничего лишнего. На главной странице мы можем увидеть рубрики: «Новости», «Экономика», «Политреалии», «Путешествия», «Культура», «Общество», «Китайский язык», «Спецтемы». Так же мы можем посмотреть превью печатной версии журнала.

Условно рубрики можно разделить на три группы: новостные и развлекательные, аналитические.

- новостные: «Новости», «Экономика», «Спецтемы»;
- аналитическая: «Политреалии»;
- развлекательные: «Путешествия», «Культура», «Общество», «Китайский язык».

В новостной группе все новости написаны доступным и понятным, обычному читателю языком, новости в рубриках иногда пересекаются, если они имеют смежные темы. Многие материалы взяты из Информационного агентства «Синьхуа». Мы предполагаем, что большие публикации созданы корреспондентами портала, но авторы нигде не указаны.

В развлекательной группе манера написания новостей очень простая, чтоб было понятно обычному читателю. На первый взгляд материалы выглядят очень красочно, фотографии, размещенные на превью, сочные и привлекают взгляд. В рубрике «Путешествия» публикаций практически нет, последние за 2017 год. В развлекательной группе публикации добавляются очень редко, в отличие от новостной группы.

В аналитической группе присутствует только одна рубрика «Политреалии». В ней публикуются интервью и анализ последних новостных событий. Язык повествования более деловой.

На сайте почти нет рекламы, рекламируются только книги и журналы про культуру, историю и язык Китая. Издательство открыто показывает, с какими СМИ оно имеет партнерские отношения: «ССТV на русском языке», «ИА Синьхуа», «Газета Жэньминь жибао», «Китайский информационный Интернет-центр», «China International Publishing Group».

Если мы перейдем на англоязычную версию сайта, мы можем увидеть множество функций, которых нет в русской версии: это новые рубрики, подробная панель с разделами сайта, способы перехода в другие социальные сети. Мы даже можем найти раздел «О нас», в котором они пишут: «Launched in 1950 and designed as a vehicle for presenting captivating photographs alongside informative and interesting articles, China Pictorial became the first comprehensive publication conceived after the founding of the People's Republic in 1949. The incep-

tive masthead of the magazine was inscribed by the late Chairman Mao Zedong» – «Запущенный в 1950 году и предназначенный для представления увлекательных фотографий вместе с информативными и интересными статьями, China Pictorial стал первым всеобъемлющим изданием, задуманным после основания Народной Республики в 1949 году. Загадочный заголовок журнала был написан покойным председателем Мао Цзэдуном». Также в этом разделе сказано «The English Edition of China Pictorial, launched in January 1951, is a monthly magazine dedicated to faithfully and vividly portraying the true face of China. The magazine showcases the historical, cultural, and scenic magnificence of China, narrates meaningful stories of the Chinese people of today, and offers practical information about living, working, studying and traveling in China» – «Английское издание China Pictorial, выпущенное в январе 1951 года, является ежемесячным журналом, посвященным правдивому и живому изображению истинного лица Китая<sup>71</sup>.

Журнал демонстрирует историческое, культурное и сценическое величие Китая, рассказывает значимые истории китайского народа сегодня и предлагает практическую информацию о жизни, работе, учебе и путешествиях в Китае». Ничего из этого в русской версии сайта мы не увидим.

Мультимедиа на сайте очень мало, но есть фото и видео. Чтобы открыть какой-либо материал необходимо нажать именно на лид новости, если нажать на заголовок, открытая вкладка в браузере просто дублируется. Также СМИ не имеет архива, но в новостной рубрике материалы начинаются с января 2019 года. Нам кажется непонятным то, что в других рубриках присутствует публикации даже 2017 год. Закономерность выявить не удалось.

Журнал «Китай» не пытается общаться со своей аудиторией. Нет никакой обратной связи и комментариев. Но редакция предлагает читателям делать репост публикаций в разных социальных сетях.

---

<sup>71</sup> China Pictorial. О нас // China Pictorial: офиц. сайт. URL: <http://china-pictorial.cn/about>. (дата обращения: 02.04.2019).

В конце можно сделать вывод, что интернет-СМИ «Китай» на русском языке уделяется мало времени, так как в работе сайта много неудобств, например, ранжирование публикаций по разным рубрикам. Но при этом интернет-версия продолжает свою работу, поскольку она необходима для реализации информационной политики, для построения определённых отношений с русскоязычной аудиторией.

Рубрики журнала «Китай» не имеют никаких подрубрик и каких-либо еще разделов, как в других СМИ. Это облегчает использование сайта, но по нашему мнению из-за этого создается впечатление не насыщенности СМИ информационными материалами. В целом рубрики можно охарактеризовать так: «Новости», «Экономика», «Политреалии», «Путешествия», «Культура», «Общество», «Китайский язык», «Спецтемы». «Новости» – события, которые произошли только в Китае, иногда встречаются материалы, которые касаются других стран; «Экономика» – в ней рассказывается об экономике и товарно-денежных событиях Поднебесной; «Путешествия» – раньше здесь публиковались достопримечательности Китая и новости туризма, сейчас здесь присутствуют материалы только за 2017 год; «Культура» – здесь нам рассказывают о выдающихся личностях КНР и о культурных событиях, произошедших в стране, о каллиграфии и исторических памятниках; «Общество» – в этой рубрике мы можем прочесть о китайских людях, традициях, праздниках, также встречаются новости политики и экологии; «Китайский язык» – кажется, что тут мы встретим что-то о китайском языке, но на самом деле там пару материалов о китайской мифологии и новости политики, что очень странно и непонятно; «Спецтемы» – в этой рубрике тоже, много странностей, непонятно, почему именно эти темы являются специальными, ведь там совершенно не эксклюзивная информация, а также обычные новости политики, экономики, культуры.

По первому впечатлению, можно сказать, что «Китай» не очень тщательно контролирует свои материалы, потому что ранжирование новостей по рубрикам не имеет конкретной логики, новости про политику могут



оказаться в рубрике «Китайский язык». Также кажется, что новости не сортируют, потому что все они находятся в рубрике «Новости», хотя можно было их добавить в рубрику «Путешествия». Издание реализует информационную политику с помощью больших и проработанных материалов, в которых они рассказывают про культуру, традиции, экономику, политику национальную составляющую Китая. Очень много места интернет-СМИ отводит для рассказа о культурных событиях Китая, тем самым привлекая туристов и создавая положительное впечатление о стране.

#### **2.4 Реализация информационной политики в контенте интернет-СМИ журнал «Китай»**

Как одно из изданий Поднебесной интернет-СМИ «Китай» в своем контенте реализует государственную информационную политику. После проведения анализа издания мы увидели, что оно, как и «Жэньминь жибао», отражает в своих публикациях интересы государства и власти. Ведь учредителем «Жэньминь жибао» является центральный комитет КПК, а учредителем журнала «Китай» является издательство «Жэньминь хуабао», под руководством Китайского международного объединения издательств.

Поскольку это художественно-публицистическое издание, то в нем акцент ставится на материалы посвященные культуре страны, древним традициями, национальным традициям Поднебесной, спорте. Также издание не обходит стороной темы экономики, политики, международных отношений и туризма. Все эти темы в совокупности формируют у читателей позитивные представления о Китае. А также, учитывая то, что тема туризма поднимается очень часто, можно сказать, что издание нацелено, на привлечение иностранных граждан.

С помощью материалов о китайской культуре и мероприятиях, мы можем думать о китайцах, как о людях, которые чтут свои традиции: «Как празднуют китайский Новый год в Синьцзяне» (14/02/2019), «Традиционная свадьба народности мулао» (18/03/2019), «Ли Чанчжэн - хранительница искусства китайской национальной вышивки» (01/04/2019), «Символ удачи» (01/04/2019),

«Воды рек Цзиншуй и Вэйхэ ясно различаются» (01/03/2019). Многие материалы о туризме, культуре, образовании и китайском обществе написаны более живым языком. Такие материалы приятно читать и погружаться в подробности. И одной из таких публикаций является работа о традиционной гравировке печатей «Каллиграфия в Камне» (01/02/2019) (Приложение Е). По нашему мнению эти новости показывают тонкости китайской культуры и истории. С помощью них издание пополняет знания иноязычной аудитории и вызывает у них интерес к этой теме, чтобы люди стремились узнать больше из этого или других источников.

Также в своих публикациях журнал «Китай» подчеркивает, что страна имеет, хорошее школьное и университетское образование. Такой вывод можно сделать из следующих материалов: «Первый день нового учебного семестра в китайских школах» (21/02/2019), «Китай встречает Всемирный день книги» (23/04/2019), «Как стать великой державой в сфере образования» (01/04/2019), «Си Цзиньпин направил поздравительное письмо по случаю учреждения Китайско-Африканского института» (10/04/2019).

Также СМИ отдает особую роль науке, показывает, как китайские ученые ее развивают, ставят новые достижения и стремятся в космос: «В Сиане родился первый в Китае младенец, зачатый и выношенный в пересаженной матке» (24/01/2019), «Первый вокзал с использованием технологии 5G начали строить в Шанхае» (19/02/2019), «Китай успешно запустил на орбиту спутник «Чжунсин-6С» (10/03/2019), «Китай запустил новый спутник-ретранслятор» (01/04/2019), «Замечательное космическое путешествие» (27/02/2019) «Туда, где танцует фея луны» (27/02/2019), «Китайские смартфоны в Африке и Южной Азии» (20/02/2019). Такие материалы созданы для того, чтобы показать, что китайцы не отстают от других стран в научной сфере, а также вносят вклад в ее развитие.

Очень маленький объем новостей выделяется для раскрытия темы экологии в Китае, но даже из маленького количества можно сказать, что страна пытается поддерживать природу в хорошем состоянии, хотя на самом деле она

сейчас пытается активно бороться с загрязнениями воздуха, как говорилось в «Жэньминь жибао». Тему экологии раскрывают такие публикации как: «В Даляне выпустили в море 24 молодых ларг» (12/04/2019), «Си Цзиньпин призвал общественность к широкому участию в кампании по озеленению страны» (09/04/2019), «Ученые впервые применили автоматические инфракрасные камеры для наблюдения за снежными буревестниками» (14/02/2019). Издание подчеркивает, что успехи Поднебесной в области экологии замечают за рубежом «Новая визитка Китая» (28/02/2019) – НАСА сообщает «что Китай стал страной, которая внесла наибольший вклад в озеленение планеты с 2000 по 2017 год».

О том, что китайцы довольно спортивная нация мы узнаем из материалов: «Открытый чемпионат Катара 2019: китаянка Ван Маньюй стала чемпионкой в женском одиночном разряде» (01/04/2019), «Акробатическая труппа из КНР получила главный приз на международном фестивале циркового искусства в Киеве (03/06/2019). В публикациях «Китаянка Юй Чжиин выиграла женский чемпионат мира по вэйци» (25/02/2019), «Гонки на лодках-драконах по льду озера Тяньчи в Синьцзяне» (18/02/2019), «Разожгли Огонь 11-х Всекитайских соревнований по традиционным видам спорта» (10/05/2019) заметна популяризация национальных видов спорта. Корреспонденты воспользовались информацией о том, что азиаты долгожители и до глубокой старости активные и способные покорять любые спортивные вершины «70-летний китаец-альпинист получил премию Laureus World Sports Awards» (21/02/2019) (Приложение Е). Публикаций о проигрышах спортсменов не обнаружено.

Особое внимание хочется уделить тому, как на интернет-сайте журнала «Китай» рассказывают об обществе и как его связывают с национальными традициями. Например, увидеть любовь к труду: «Как русскоговорящие полицейские в г. Суйфэньхэ выполняют свои обязанности» (12/02/2019) – интервью с китайскими полицейскими, которые рассказывают, какого им работать стражами правопорядка. Также мы можем узнать, что в Китае распространено равноправие, женщины работают наравне с мужчинами:

«Китайский женский отряд по осмотру вагонов на китайско-российской границе» (18/03/2019). После прочтения новости, появляется гордость за китайских женщин и восхищение их трудолюбием. Следующие две публикации о том, как пожилые китайцы встречают старость и ведут активный образ жизни, а не расстраиваются и проживают свои дни в меланхолии: «Старость в радость» (01/02/2019), «Праздник Весны в пансионате для пожилых людей» (18/03/2019). В таких публикациях нам рассказывают об уважении китайского народа к старости. Благодаря приведенным выше материалам, у иностранцев может сложиться образ китайского народа как трудолюбивой, заботливой, активной нации.

Стоит обратить внимание, что практически все материалы на сайте достаточно объемные и проработанные. Во многих публикациях, даже новостных, присутствует аналитика и отсылки к событиям, которые произошли довольно давно. Присутствуют разные жанры: фоторепортаж, интервью, портретная зарисовка, новостной репортаж и т.д.

Такое разнообразие жанров часто встречается в тематике, посвященной туризму. Хотя у издания «Китай» культурно-просветительская направленность, но они все равно с помощью данных публикаций акцентируют внимание на туризме. Такое впечатление складывается после прочтения следующих материалов, в которых говорится о различных кафе, праздниках и красивых местах, которые подчеркивают красоту страны: «Очарование снежной зимы на северо-востоке Китая» (01/02/2019), «Танцы львов и драконов» в провинции Цзянси» (13/02/2019), «Музей Гугун в Пекине впервые будет открыт ночью» (18/02/2019), «Запретный город впервые открывает ворота в ночное время в честь Праздника фонарей» (20/02/2019), «Добро пожаловать в «безмолвный ресторан!»» (19/03/2019), «Дворец Потала весной» (09/04/2019). Материалы очень насыщены фотографиями, например фоторепортаж о Нанкине с высоты птичьего полета «Нанкин: взгляд с неба» (23/04/2019) (Приложение Е). После таких материалов читатели могут подумать, что китайское общество заботится о своих иностранных гостях, предоставляя им хороший сервис, множество

развлечений и живописных мест. Читая эти публикации, турист считает, что он не будет разочарован поездкой.

Следующее на что обращает внимание издание, тем самым помогая создавать позитивное мнение о Китае, это образ главного секретаря Си Цзиньпина. образу главы государства уделяется большое место во всех китайских изданиях и данное СМИ не исключение. Китайцы воспринимают политика не только как главу государства, но и как отца, поэтому к нему проявляют много уважения и ничего не говорят о нем плохого. Это также одна из национальных традиций Китая – уважать отца, главу семьи. В публикациях говорится о том, как политик встречается с иностранными государственными деятелями для укрепления международных отношений, о том, как он контролирует процессы должностных лиц внутри страны, а также встречается с обычными жителями провинций Китая: «Си Цзиньпин встретился с жителями и должностными лицами низового уровня в Пекине» (02/02/2019), «Си Цзиньпин прибыл в Италию с государственным визитом» (22/03/2019), «Си Цзиньпин встретился с президентом Франции Э. Макроном» (25/03/2019).

Также главный руководитель партии КНР предстает перед читателями, как умный и начитанный человек: «Си Цзиньпин принял участие в Китайско-французском форуме по глобальному управлению и выступил с речью» (27/03/2019). Или материал о чтении книги Си Цзиньпина в римской школе-интернате «В Риме состоялось собрание читателей книги «Си Цзиньпин о государственном управлении» (21/03/2019) (приложение Д).

Нельзя не отметить, что журнал «Китай» подчеркивает важность инициативы «Один пояс, один путь». Ее суть заключается в создании, формировании и распространении новой модели международного сотрудничества и развития с участием Китая. Это можно увидеть в следующих публикациях: «Инициатива "Пояс и путь" приносит развитие и надежду» (03/03/2019), «Идея, меняющая мир» (10/04/2019). Важность данной программы признают даже иностранные граждане. Например, представитель казахстанского информагентства лично наблюдал весь процесс инициативы,

начиная от выдвижения и до начала ее реализации. Об этом рассказали в публикации «Казахстанский журналист, следующий за инициативой «пояс и путь» (19/04/2019) (Приложение Д).

Один из ключевых участников «Одного пояса, одного пути» является Российская Федерация. И тесные контакты с ней также подчеркиваются в СМИ, например: «Ван И: сотрудничество Китая и России делает мир более мирным и стабильным» (08/03/2019), «Инициатива "Один пояс и один путь" способствует углублению китайско-российских отношений» (22/04/2019), «Прагматичное сотрудничество между Китаем и Россией на «поясе и пути» (19/04/2019), «Компания Huawei намерена усилить развитие облачных услуг на территории России» (18/03/2019), «Мотоциклисты Китая и России отправились из Пекина в Петербург по евразийской «Дороге дружбы» (28/04/2019), «Китайско-российские приграничные города отмечают Китайский новый год» (01/02/2019) (Приложение Д) – здесь рассказывается о китайском празднике весны и о том, как его отмечают в провинции Хэйлундзян и приграничном городе Благовещенске. Мы можем заметить, что в отношении России публикуются не только деловые материалы, таким образом, в русскоязычной версии сайта подчеркивается близость дружественных стран.

Проанализировав материалы, мы не заметили никаких негативных новостей о Китае, кроме нескольких публикаций о бедности населения. Их основной мыслью является то, как государство последовательно решает эту проблему: «Китай планирует избавить еще 10 млн. человек от бедности в 2019 году» (13/02/ 2019), «1,32 млн. малоимущих жителей Гуйчжоу переселены на новое место жительства» (25/02/2019), «Си Цзиньпин призвал к настойчивости в борьбе с бедностью» (08/03/ 2019). Последняя новость в данной тематике посвящена докладу Ли Кэцзяна о борьбе с нищетой «Финальный штурм в ходе борьбы с бедностью» (01/04/2019) (Приложение Г). Мы считаем, что это яркий пример политики управляемой открытости, потому что о существовании проблемы сообщают, говорят и об активной поддержке государства нищих людей, но не приводят конкретных данных, о том, сколько еще граждан

нуждается в поддержке, какие районы нужно контролировать особенно тщательно.

Проанализировав интернет-версию журнала «Китай» мы можем сказать, что для формирования позитивного мнения о стране, издание поднимает определенные темы. А поскольку это художественно-публицистическое издание, то материалы посвящённые культуре страны, древним традициями, национальным традициям Поднебесной, спорте. Также издание не обходит стороной темы экономики, политики, международных отношений и туризма. Все эти темы в совокупности формируют у читателей позитивные представления о Китае. А также, учитывая то, что тема туризма поднимается очень часто, можно сказать, что издание нацелено, на привлечение иностранных граждан. В журнале не было найдено негативных материалов, что говорит о строгом подборе публикаций.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При написании бакалаврской работы нами была изучена специальная литература, включающая научные статьи по работе и специфике информационной политики. Рассмотрены особенности интернет-СМИ и проанализированы материалы интернет-издания «Жэньминь жибао» и «Китай».

Подводя итоги, можно сказать, что Китай уделяет большое внимание повышению международного статуса и неизменно стремится к созданию благоприятного мнения о себе за рубежом. С помощью СМИ показывает миру культуру и современные достижения китайского народа, развитие его экономической мощи. А так как в последние годы идет бурное развитие социальных медиа, то это создает больше возможностей для передачи информации о Китае различным аудиториям.

Ситуация на рынке СМИ современного Китая – это закономерный итог процесса активного развития страны и включения его в международное пространство. Но важная и отличительная особенность современных китайских СМИ – желание сохранить национальную идентичность.

Также можно сказать, что существующая в настоящее время система информационно-политической работы в КНР может быть определена как «управляемая открытость». Данная система характеризуется, с одной стороны, сохранением централизованного контроля власти над основными инструментами внутреннего и внешнего информационного поля. С другой стороны, контроль перестал подразумевать полное закрытие альтернативной информации, что свидетельствует о повышении квалификации и технической оснащенности китайского пропагандистского аппарата.

Из анализа интернет-СМИ можно сделать вывод, что «Жэньминь жибао» придерживается политики управляемой открытости в своих публикациях. Поэтому издание раскрывает те темы, в которых страна преуспела: экономика, наука и образование, культура и древние традиции, спорт, иностранные инвестиции, участие Си Цзиньпина во внешнеполитических отношениях, распространение культуры Китая, налаживание дружественных контактов с другими странами. Издание делает упор на экономические, политические и международные вопросы. С помощью них Китай предстает перед иноязычной публикой как сильная и продвинутая держава. Также о чрезвычайных ситуациях говорится вскользь и многие события носят единичный характер, а



если они все таки упоминаются только если ситуация уже решена органами власти.

Проанализировав интернет-версию журнала «Китай» мы можем сказать, что для формирования позитивного мнения о стране, издание поднимает определенные темы. А поскольку это художественно-публицистическое издание, то материалы посвящённые культуре страны, древним традициями, национальным традициям Поднебесной, спорте. Все эти темы в совокупности формируют у читателей позитивные представления о Китае, рассказывают им о богатой культурной составляющей страны. А также, учитывая то, что тема туризма поднимается очень часто, можно сказать, что издание нацелено, на привлечение иностранных граждан. В журнале не было найдено негативных материалов, что говорит о строгом подборе публикаций.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Бодрова, О. И. Особенности восприятия и трактовки концепта «гармония» во внешнеполитических концепциях КНР / О. И. Бодрова //

Политический дискурс в парадигме научных исследований: сборник статей международной научной конференции. Тюмень, 2014. – № 2. – 135 с.

2 Ван Сюй. Изменение взглядов на политическое функционирование СМИ в Китае / Ван Сюй // Вестник Санкт-Петербургского университета. Санкт-Петербург. – 2015. Сер. 12. – № 1. С. 155–160.

3 Евдокимов, Е. В. Основные направления стратегии внешнеполитической пропаганды КНР в отношении США : автореф. дис.... к.полит.н. : 23.00.04 / Е. В. Евдокимов. – М. : МГИМО – Университет, 2011. – 296 с.

4 Гринёв, И. В. Роль национальной российской культуры в формировании международного имиджа страны: автореф. дис.... к. филол.н. : 24.00.01 / И. В. Гринев. – М. : Московский государственный университет управления, 2009. – 193 с.

5 Галумов, Э. А. Имидж против имиджа : моногр / Э. А.Галумов. – М. : Известия, 2005. – 552 с.

6 Галумов, Э. А. Информация и PR в международных отношениях / Э. А. Галумов, Ю. Б. Кашлев. – М. : Известия, 2003. – 432 с.

7 Гавра, Д. П. Внешний имидж государства в медиапространстве / А. С. Савицкая, Д. П. Шишкин. // Вестник СПбГУ. – Санкт-Петербург. – 2011. – Сер.9. – Вып. 3. – С. 187-196.

8 Ибрагимова, Г. Р. Стратегия КНР в области управления интернетом и обеспечения информационной безопасности / Г. Р. Ибрагимова // Индекс безопасности. – Москва. – 2013. – №1 (104). – Том 19. – С. 169-184.

9 Иващенко, Е. Г. Информационная политика Китая на примере сайта «Партнеры» / Е. Г. Иващенко, В. Д, Сытенко // Вестник Амурского государственного университета. Серия: гуманитарные науки. – Благовещенск. – 2016. – №74. – С. 44-47.

10 Квеско, Р. Б. Имиджелогия : учебное пособие / Р. Б. Квеско, С. Б. Квеско. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2008. – 116 с.

- 11 Ковалева, М. М. Содержание и структура понятия «государственная информационная политика»/ М. М. Ковалева // Средства массовой информации в современном мире. Санкт-Петербург, 2010. С. 125-126.
- 12 Котлер, Ф. Основы маркетинга. – М. : «Вильямс», 2007. – 647 с.
- 13 Копылова, Р. Т. Умолчание как стратегия в формировании имиджа России в испанских СМИ / Р. Т. Копылова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 21 (312). – С. 295-299.
- 14 Лексютина, Я. В. Политика китайского руководства в вопросах контроля и регулирования Интернета/ Я. В. Лексютина // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. – 2011. – Сер. 6. – С. 202-212.
- 15 Лемешко, Ю. Г. Газета «Жэньминь жибао» на начальном этапе «культурной революции» (1966-1969) / Ю. Г. Лемешко, Ю. В. Машкина // Вестник АмГУ. Серия: гуманитарные науки. – Благовещенск. – 2011. – №54. – С. 20-24.
- 16 Манойло, А. В. Государственная информационная политика в особых условиях: моногр./ А. В. Манойло. – М. : Издательство МИФИ, 2003. – 388 с.
- 17 Манойло, А. В. Государственная информационная политика / А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролов, В. Б. Вепринцев. – М. : Горячая линия – Телеком, 2004. – 480 с.
- 18 Медовкина, Л. Ю. Роль СМИ в формировании имиджа государства / Л. Ю. Медовкина // Журнал исторических, политических и международных исследований. – Донецк. – 2015. – № 1(55). – С. 122-129.
- 19 Михайлов, С. А. Журналистика Китая / С. А. Михайлов, Ли Динсинь, Чжан Хэфэн, У Ли, Чиу Джуэй-Хуэй. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 608 с.
- 20 Монастырева, О. В. Русскоязычные СМИ Китая: история и перспективы развития / О. В. Монастырева // Журналистский ежегодник. Национальный исследовательский Томский государственный университет. – Томск. – 2012. – №1. – С. 96-99.

21 Монастырёва, О. В. «Мягкая сила» в деятельности зарубежных СМИ Китая: к вопросу о формировании российско-китайского медиапространства» / О. В. Монастырева // Актуальные проблемы современности: материалы 6-й Всероссийской научно-практической конференции «Альтернативный мир». – Екатеринбург. – 2011. – №5. – С. 178-186.

22 Попов, В. Д. Тайны информационной политики: социальный психоанализ информационных процессов: моногр. / В. Д. Попов. – М. : Изд-во РАГС. 2003. – 205 с.

23 Сидорская, И. В. Связи с общественностью в системе информационно-коммуникационной деятельности / И. В. Сидорская // Вестник БДУ. – Минск. – 2014. – Сер. – 4. – № 2. – С. 75-78.

24 Тавокин, Е. П. Государственная информационная политика: проблемы и технологии : Сборник статей. – М. : Издательство РАГС, 2003. – 161 с.

25 Хунянь Юй. Формирование имиджа Китая в международном сообществе: проблемы и способы их решения / Хунянь Юй // Вестник БДУ. – Минск. – 2013. – Сер. 4. – № 2. – С. 73-77.

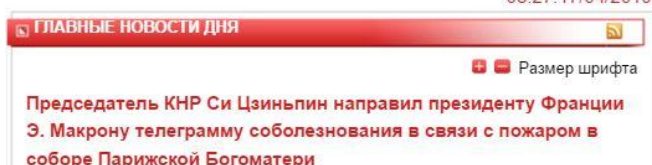
26 Шестопал, Е. Б. Образы государств, наций и лидеров. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 288 с.

27 Электронный журнал «Медиаскоп»: Цзе Чжоу. Продвижение положительного имиджа Китая в традиционных СМИ и медиа нового типа. [Электронный ресурс]. – М., 2018. – Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/2449>. – 21.04.2019.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

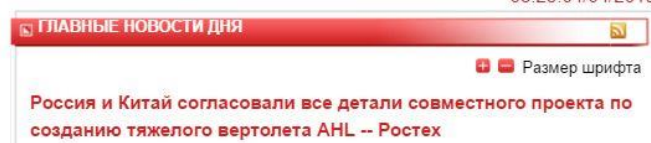
Русский язык>>В КИТАЕ

08:27.17/04/2019



Русский язык>>В РОССИИ И СНГ

08:23.04/04/2019



### В Китае ученым удалось выделить вирус африканской чумы свиней

Пекин, 26 марта /Синьхуа/ -- Китайским ученым удалось выделить штамм вируса африканской чумы свиней /АЧС/. Это достижение может способствовать получению дополнительных знаний об опасном вирусе, а также привести к разработке новых методов его профилактики и контроля, пишет во вторник газета China Daily /"Чайна дейли"/.

Pig/HLJ/18 - так был назван штамм вируса, выделенный из образца, взятого у зараженного животного на свиноферме в Цзямусы /пров. Хэйлунцзян, Северо-Восточный Китай/, где в прошлом году произошла вспышка АЧС.

Проведенные исследования подтвердили высокий уровень опасности вируса и его способности передаваться среди домашних свиней, сообщили в Харбинском ветеринарном исследовательском институте.

Во время тестов у свиней, которым инъецировали вирус, проявлялись такие симптомы, как повышение температуры в течение трех или четырех дней, и все животные погибли в течение 6-10 дней. Свиньи, которым напрямую не делали инъекции, но которые находились вместе с инфицированными вирусом животными, тоже заразились и пали, рассказал China Daily ведущий автор исследования Чжао Дунмин.

В то же время, как отмечается, этот вирус не влияет на организм человека.

Полученные результаты выдвинули на первый план необходимость контроля и профилактики АЧС в Китае, на долю которого приходится более половины мирового поголовья свиней, сказал Чжао Дунмин.

По его словам, на данный момент диагнозы в Китае сделаны на основе обнаружения вирусного гена, поэтому выделение вируса поможет в таких аспектах, как осведомленность и контроль заболевания. "Чтобы получить полное представление о его распространении и разработать эффективную стратегию борьбы, еще предстоит выделить и проанализировать больше вирусов", - добавил он.

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Русский язык>>ОБЩЕСТВО И КУЛЬТУРА

08:39.15/04/2019

ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ ДНЯ

Размер шрифта

### На юго-западе Китая потушен лесной пожар

Куньмин, 14 апреля /Синьхуа/ -- Лесной пожар, бушевавший в течение двух дней в уезде Хэцин провинции Юньнань на юго-западе Китая, был потушен в воскресенье. Об этом сообщили местные власти.

На борьбу с огнем, охватившим 64 гектара леса, было мобилизовано более 1700 пожарных.

Провинциальная пожарная служба заявила, что в указанном районе больше не было обнаружено очагов пожаров, но патрулирование продолжается. Чтобы предотвратить повторное возгорание, вертолет распыляет воду на пепел.

Как предполагается, пожар произошел по вине одного курящего местного жителя, который был задержан полицией.

Согласно информации Национального метеорологического центра Китая, небольшое количество осадков и сильные ветры обусловили высокий риск лесных пожаров в провинциях Сычуань и Юньнань на юго-западе Китая.



rmw russian1



WhatsApp

Русский язык>>ЭКОНОМИКА

08:18.01/02/2019

ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ ДНЯ

Размер шрифта

### Китай шесть лет подряд лидирует в мире по объему потребления золота

Пекин, 31 января /Синьхуа/ -- В 2018 году объем потребления золота в Китае вырос на 5,73 проц. в годовом исчислении до 1151,43 тонны, благодаря чему Китай шестой год подряд стал крупнейшим в мире потребителем золота. Об этом свидетельствуют опубликованные в четверг отраслевые данные.

Согласно данным Китайского общества золотопромышленников, в прошлом году потребление ювелирных украшений из золота составило 736,29 т при увеличении на 5,71 проц. При этом потребление золота в слитках выросло на 3,19 проц., составив 285,2 т.

Потребление золота для промышленного производства и других целей выросло на 17,48 проц. до 105,94 т.

В прошлом году объем производства золота в стране составил 401,12 т, снизившись на 5,87 проц. в годовом исчислении. Тем не менее, Китай остался крупнейшим мировым производителем золота 12-й год подряд.

Русский язык>>НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ

08:37.18/02/2019

ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ ДНЯ

Размер шрифта

### Пьеса Лао Шэ "Глядя на запад в Чанъань" возвращается на сцену

Пекин, 17 февраля /Синьхуа/ -- Драматическое произведение Лао Шэ "Глядя на запад в Чанъань" возвращается на сцену Национального центра исполнительских искусств Китая.

Постановка, посвященная 70-летию провозглашения КНР, будет представлена на сцене главной театральной площадки Пекина с 28 февраля по 10 марта.

"Взгляд на запад в Чанъань" - пятиактная пьеса в жанре политической сатиры, написанная Лао Шэ на основе реальных событий, произошедших в первые годы после основания Нового Китая в 1949 году.

В ней рассказывается, как аферист, выдавая себя за героя войны, ходил по нескольким городам, где, обманом завоевывая доверие людей, занимал важные посты в государственных структурах. В конце концов его мошенничество раскрывается.

Пьеса впервые была поставлена на сцене в 1956 году. Премьера нового спектакля в исполнении артистов Национального центра исполнительских искусств Китая состоялась в сентябре 2017 года.

Лао Шэ /1899 - 1966/, чье настоящее имя Шу Цинчунь, - видный китайский прозаик и драматург. В список его самых известных произведений входят романы "Рикша", "Четыре поколения одной семьи", пьеса "Чайная" и др.

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

Русский язык >> НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ

08:30.20/03/2019

ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ ДНЯ

Размер шрифта

### В Китае запущены новые программы клинических исследований стволовых клеток

Пекин, 19 марта /Синьхуа/ -- Академия наук Китая /АНК/ на днях объявила о запуске трех программ клинических исследований стволовых клеток для лечения серьезных офтальмологических и гинекологических заболеваний.

Эти три зарегистрированные программы будут направлены на лечение пигментной дегенерации сетчатки, дисфункции яичников и внутриматочных спаек, которые влияют на здоровье женщин.

В Китае насчитывается 35 программ клинических исследований стволовых клеток, зарегистрированных Государственным комитетом по делам здравоохранения и Государственным управлением контроля над лекарственными средствами Китая.

Эмбриональные стволовые клетки человека способны дифференцироваться в различные типы клеток, которые могут участвовать в замене клеток и регенерации тканей. В последние годы исследования стволовых клеток стали основной сферой в медицинской области, они показывают хорошие перспективы развития для лечения некоторых сложных заболеваний.

Вице-президент АНК Сян Либинь заявил, что институт стволовых клеток и регенеративной медицины при АНК осуществил десять программ исследования стволовых клеток, что составляет почти треть от общего числа подобных программ, зарегистрированных в стране. Институт добился успехов в клинических исследованиях, промышленной трансформации и стандартизации.

АНК - высшее академическое учреждение Китая в области естественных наук - также достигла прогресса в реализуемых в настоящее время программах стволовых клеток для лечения болезни Паркинсона, потери зрения и травм колена.

Русский язык >> В РОССИИ И СНГ

08:19.14/03/2019

ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ ДНЯ

Размер шрифта

### Женская сборная Китая обыграла американок на чемпионате мира по шахматам в Казахстане

Астана, 13 марта /Синьхуа/ -- Женская сборная Китая сегодня здесь обыграла шахматисток из США в 8 туре чемпионата мира по шахматам со счетом 3:1. Об этом сегодня сообщается на официальном сайте чемпионата.

После 8 тура китайки занимают первое место с 16 очками. Они досрочно обеспечили себе победу перед последним туром. Россиянки с 13 очками находятся на втором месте. Тройку лидеров с 12 очками замыкает сборная Украины.

Мужская сборная Китая в 8 туре победила сборную Великобритании со счетом 3:1. Шахматисты Китая занимают 4 место в турнирной таблице с 10 очками. В последнем туре никакая другая команда не сможет оспорить их лидерство - у Индии и Великобритании по 11 очков. --0--

Русский язык >> В КИТАЕ

10:39.06/12/2018

ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ ДНЯ

Размер шрифта

### Китай требует от Канады немедленного освобождения финансового директора Huawei

6 декабря, «Жэньминь жибао» онлайн -- 6 декабря по пекинскому времени посольство КНР в Канаде выступило с заявлением по поводу задержания гражданки Китая Мэн Ваньчжоу, отметив, что канадская полиция по просьбе американской стороны задержала китайку, которая не нарушила никаких законов США или Канады. Китай рассматривает подобное действие в качестве серьезного нарушения прав человека, твердо выступает против и выражает решительный протест.

Согласно канадским СМИ, по запросу США, 1 декабря в Ванкувере полиция Канады задержала заместителя председателя правления и финансового директора китайской компании Huawei Мэн Ваньчжоу. Спикер Министерства юстиции Канады Айан Маклеод отметил, что США просят ее экстрадиции.

По словам официального представителя посольства КНР в Канаде, китайская сторона обратилась к властям США и Канады «исправить нарушения и восстановить личную свободу госпожи Мэн Ваньчжоу». Он также отметил, что будет следить за развитием этого дела, предпримет все возможные меры для защиты законных прав и интересов гражданки Китая. -0-

ФОТО



Сообщения

5 самых читаемых

дня

- 1 Китай оствует продуктов из
- 2 Китай создал робота, способ по лестнице
- 3 Видеозвонки дельте реки
- 4 Календарь об

## ФИНАЛЬНЫЙ ШТУРМ В ХОДЕ БОРЬБЫ С БЕДНОСТЬЮ

ВАН СИНЬ



Депутаты ВСНП ответили на вопросы журналистов о ликвидации бедности в стране и строительстве региона

«Большого залива» (фото Вань Цюаня)

В Докладе о работе правительства в этом году премьер Госсовета КНР Ли Кэцян отметил, что необходимо твердо придерживаться курса на приоритетное развитие сельского хозяйства и села и укреплять единое планирование штурма неприступной крепости под названием «ликвидация бедности» с подъемом села, чтобы в сроки достичь намеченных целей в области борьбы с бедностью и поднять уровень жизни сельчан до среднезажиточного. По сути говоря, в контексте всестороннего строительства среднезажиточного общества штурм крепости под названием «ликвидация бедности» и подъем села выступают одной из важных рабочих задач китайского правительства в 2019 г.

### ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ ДНЯ

Размер шрифта

#### Китайская компания Huawei подтвердила уверенность в невинности своего финансового директора

Ванкувер, 8 мая /Синьхуа/ -- Представители китайского технологического гиганта Huawei в среду в заявлении сказали, что в компании уверены в невинности своего финансового директора Мэн Ваньчжоу, которая была арестована в Ванкувере в декабре прошлого года на основании запроса США об экстрадиции.

"Мы настаиваем на том, что арест по приказу из США представляет собой незаконное злоупотребление процедурами, он был осуществлен ввиду политических соображений и тактики, а не на основе принципа верховенства закона", -- сказал вице-президент Huawei по вопросам СМИ Бенджамин Хоус после судебного заседания с участием Мэн Ваньчжоу, которое состоялось в среду утром в Ванкувере. --0--



## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

### В Риме состоялось собрание читателей книги «Си Цзиньпин о государственном управлении» A+ A-

2019-03-21

В Риме состоялось собрание читателей книги «Си Цзиньпин о государственном управлении»



Накануне прибытия председателя КНР Си Цзиньпина в Италию с государственным визитом в Риме состоялось собрание читателей книги «Си Цзиньпин о государственном управлении».

Мероприятие было организовано Пресс-канцелярией Госсовета КНР, Управлением по делам издания и распространения литературы на иностранных языках КНР (China International Publishing Group), посольством КНР в Италии и другими структурами. На встрече присутствовали около 200 высокопоставленных гостей с китайской и итальянской стороны, в частности заместитель заведующего Пресс-канцелярией Госсовета КНР Цзян Цзяньго, посол КНР в Италии Ли Жуйюй, председатель Комитета по международным делам Сената Италии Вито Петрочелли, бывший министр иностранных дел Италии Анджелино Альфано. Встречу читателей провел начальник Управления по делам издания и распространения литературы на иностранных языках КНР Ду Чжаньюань. На собрании читателей Цзян Цзяньго зачитал письмо Си Цзиньпина ректору Паоло М. Риале и восьми учащимся римской школы-интерната им. Виктора Эммануила II, и преподнес в подарок книгу «Си Цзиньпин о государственном управлении» на китайском языке с автографом Си Цзиньпина.

### Китайско-российские приграничные города отмечают Китайский новый год A+ A-

2019-02-01

Китайско-российские приграничные города отмечают Китайский новый год



28 января в городах Хэйхэ и Благовещенске завершилось двухдневное крупномасштабное мероприятие трансграничных культурных обменов «Совместное движение по Шелковому пути – Год Китая». За это время в двух приграничных городах-побратимах было проведено более 20 различных мероприятий, в том числе выступление Пекинской оперы, рисование традиционных масок, танцы львов, свадебный палангин и т.д.

### Казахстанский журналист, следующий за инициативой «пояс и путь» A+ A-

2019-04-19 ЖУРНАЛ «КИТАЙ»

Казахстанский журналист, следующий за инициативой «пояс и путь»

КЛИЧ МУСАБАЕВ



34-летний Садык Ажижанов – ответственный представитель корреспондентского пункта казахстанского информационного агентства «Казинформ» в Китае. В сентябре 2014 г. он в качестве журналиста «Казинформ» приехал в Китай. По его словам, он наблюдал и засвидетельствовал весь процесс начиная от выдвижения и до начала реализации инициативы «Пояс и путь».

Садык Ажижанов впервые услышал об идее «Экономического пояса Шелкового пути» еще в сентябре 2013 г., во время государственного визита председателя Си Цзиньпина в Казахстан. Позднее, председатель Си нанес визит в Индонезию и выдвинул инициативу совместного строительства «Морского Шелкового пути XXI века». Садык Ажижанов вспоминает, что, когда он только приехал в Китай, недавно сформулированное понятие «Пояс и путь» было у всех на устах, и люди горячо обсуждали и обозревали перспективы соответствующего строительства.

На взгляд Садыка Ажижанова, по мере реализации различных конкретных проектов и мер инициатива «Пояс и путь» стала одной из самых известных инициатив в мире. Многие страны, включая Казахстан, получают все больше и больше реальных выгод, включаясь в процесс соответствующего взаимодействия. Можно сказать, что эта инициатива приносит исторические шансы для развития разным странам, особенно развивающимся

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

### Нанкин: взгляд с неба

2019-04-23



### Каллиграфия в Камне

2019-02-01 журнал "КСТАТ"

#### Нанкин: взгляд с неба



#### Каллиграфия в Камне



Гравировщик из провинции Цзянсу изготавливает печать (фото ЮС)

ЧЭНЬ КУНЬКУНЬ

Помните эмблему летней Олимпиады 2008 года «Танцующий Пекин»? Ее верхняя часть выполнена в виде китайской традиционной печати: на красном фоне изображен иероглиф 京 (читая, «столица государства»), стилизованный под фигуру спортсмена или танцующего человека. Эту эмблему не рисовали, а выгравировали по всем правилам традиционного китайского искусства гравировки печатей («чжуаньхэ»). Раз уж речь зашла о гравировке, то нельзя не упомянуть и сами печати. В древности ими заверяли, визируют самые разные документы: указы государственных учреждений и правительства, воинские донесения. Печать была символом власти и подтверждением полномочий человека, который скреплял документ оттиском. Гравировка печатей объединяет в себе несколько искусств: каллиграфию, живопись, резьбу и может выполняться ножом по металлу, нефриту, камню, бамбуку, дереву и другим материалам. В результате получаются работы с надписями или узорами. А играют они сразу две роли: функциональную и эстетическую. Китайское искусство гравировки печатей насчитывает более 3000 лет. В 2009 году оно было включено в реестр нематериального культурного наследия человечества ЮНЕСКО.

Древнее «удостоверение личности»

### 70-летний китаец-альпинист получил премию Laureus World Sports Awards

2019-02-21



#### 70-летний китаец-альпинист получил премию Laureus World Sports Awards

