

ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ CREATIVITY OF YOUNG RESEARCHERS

УДК 070
EDN RMVKSG
DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(4).784-800
Научная статья



Формирование имиджа Китая в западных массмедиа в контексте инициативы «Один пояс — один путь» (по материалам британского новостного телеканала *BBC News*)

Ню Хэ 

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва,
Российская Федерация, aliceniu0928@gmail.com

Аннотация. В статье предлагается анализ формирования имиджа КНР в контексте инициативы «Один пояс — один путь» в западных массмедиа (на примере британского новостного телеканала *BBC News*). Автор исследования исходит из тезиса об их важной роли в формировании и продвижении имиджа страны. В условиях информационной глобализации роль, которую средства массовой информации играют в международных отношениях, многократно усиливается. Особое место в таких процессах занимают глобальные новостные телеканалы, имеющие зачастую решающее значение в конструировании мирового общественного мнения, формирование повестки дня и оценки важности свершающихся или намеченных событий. Инициатива «Один пояс — один путь» является не только примером глобального сотрудничества, но также отражением нового подхода в целом к развитию в современном мире, что оказывает серьезное влияние на международный авторитет и имидж Китая. В ходе проведенного исследования удалось выяснить, что западные массмедиа чаще воспринимают инициативу «Один пояс — один путь» в негативном аспекте, игнорируя реальные достижения и успехи этого глобального проекта. На примере анализа новостных выпусков британского телеканала *BBC News* выявлено, что при внешней нейтральности его редакция использует разные способы и технологии для формирования негативного имиджа Китая. Выявлено предпочтение редакции телеканала экономической и политической тематике, конкретным событиям и позициям государств в качестве информационного повода. При внешней преобладающей нейтральной позиции телеканала к «Один пояс — один путь» идет игнорирование его реальных достижений и успехов, освещение негативной оценки западного экспертного сообщества и частое использование лексем с отрицательным значением.

Ключевые слова. Имидж Китая, Один пояс — один путь, западные массмедиа, новостные телеканалы, *BBC News*.

Информация о статье. Дата поступления 4 сентября 2023 г.; дата поступления после доработки 11 октября 2023 г.; дата принятия к печати 7 ноября 2023 г.; дата онлайн-размещения 18 декабря 2023 г.

Original article

The Forming China's Image in the Western Mass Media in the Context of the Belt and Road Initiative (Based on the Materials of the British News Channel *BBC News*)

Niu He 

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation,
alicieniu0928@gmail.com

Abstract. The article offers an analysis of the creation of the image of the PRC in the context of the One Belt — One Road initiative in the Western mass media (on the example of the British news channel *BBC News*). The author of the study proceeds from the thesis about their important role in shaping and promoting the image of the country. In the context of information globalization, the role that the media play in international relations is multiplied many times over. A special place in such processes is occupied by global news channels, which are often of decisive importance in constructing world public opinion, setting the agenda and assessing the importance of ongoing or planned events. The Belt and Road Initiative is not only an example of global cooperation, but also a reflection of a new approach to development in the modern world as a whole, which has a serious impact on China's international prestige and image. In the course of the study, we find out that the Western mass media more often perceive the One Belt, One Road initiative in a negative aspect, ignoring the real achievements and successes of this global project. On the example of the analysis of news releases of the British television channel *BBC News*, it was revealed that, despite external neutrality, its editorial staff uses different methods and technologies to form a negative image of China. The preference of the editors of the TV channel to economic and political topics, specific events and positions of states as an information occasion was revealed. With the external prevailing neutral position of the TV channel towards One Belt, One Road, its real achievements and successes are ignored, the negative assessment of the Western expert community is covered, and lexemes with a negative meaning are often used.

Keywords. Image of China, One Belt — One Road, Western media, TV news channels, *BBC News*.

Article info. Received September 4, 2023; revised October 11, 2023; accepted November 7, 2023; available online December 18, 2023.

Теоретические подходы к исследованию

Анализ теории показал, что понятие «имидж» изучается в разных гуманитарных науках (философия, политология, культурология, социология и др.) в рамках четырех основных подходов: «семиотический (знак); образный (визуальный образ); экспрессивный (эмоции, отно-

шение); когнитивный (мнение, оценка)» [1, с. 139]. Будучи феноменом социальной реальности и определенной формой отражения окружающей действительности как в индивидуальном, так и групповом сознании, данное понятие представляет собой эмоционально окрашенный «целенаправленно культивируемый образ» [2, с. 222] на основе социально

значимой информации. Вследствие того, что человек не в состоянии хранить все в своей памяти, люди зачастую пользуются так называемыми «ярлычками». Если они удачные, то закрепляются в сознании, и речь в данном случае идет о впечатлении, а не самом содержании. Поэтому имидж — это «непосредственно или преднамеренно создаваемое визуальное впечатление о личности или социальной структуре» [3, с. 18].

Национальный имидж представляет собой символическую организационную систему, которая «строится на определенном наборе символов, транслируемых обществу» [4, с. 199] и является «совокупным образом государства» [5, с. 85] с набором определенных стереотипов и мифологических элементов в общественном сознании. Ядро его метафорической структуры составляют существующие национальные символы, которые трансформируются в доминирующий метафорический дискурс, транслируемый и на зарубежные аудитории [6, с. 79]. В ходе формирования своего национального образа страны вырабатывают определенную стратегию, которая предполагает учет влияния в данном процессе и самой международной коммуникации [7, с. 24]. Это обусловлено тем, что имидж государства представляет собой «сложный конструкт», поэтому стратегии различаются, например, миссия либеральных ценностей, гарантия поддержания международного права, продвижение совместного экономического развития, защита ислама и др. [8, с. 170].

Имидж государства тесно связан также с понятиями «страновой бренд» [9] и «презентация тер-

риторий» [10]. «политика мягкой силы» [11]. Его формирование представляет собой «органичное сочетание самоформирования, формирования другими и соформирования. Эти три режима взаимосвязаны и влияют друг на друга» [12, с. 5], что нашло свое отражение в системе мировой оценки национального имиджа [13, с. 63]. «Мягкая сила» в международных коммуникациях рассматривается во взаимосвязи с динамикой мышления конкретного государства, и диапазон ее влияния имеет пределы, что обусловлено как развитием самой страны, так и массмедиа, которые оказывают серьезное влияние на нее [14, с. 130].

Итак, важное место в формировании имиджа страны в современных условиях занимают СМИ, так как они представляют этот процесс как определенный информационный продукт в процессе политической коммуникации [15, с. 139], что и предопределило «важную роль массмедиа в продвижении позитивного образа страны за рубежом» [16, с. 204]. С момента развития информационного общества их роль и статус в процессе распространения и формирования национального имиджа возросли. Имидж как элемент публичной политики сильно зависит от СМИ, которые расширили свои каналы коммуникации и усилили свое влияние за счет присутствия в интернете [17, с. 4]. Появление новых медиа существенно расширило возможности, потому что «благодаря наличию социальных сетей, социальных медиа они создали платформу для обмена общественным мнением на низовом уровне — уровне самих граждан разных стран» [18].

Новые медиа оказали серьезное влияние и на изменение традиционной модели международной коммуникации, так получили возможность широкого распространения в виртуальном пространстве и быстрого реагирования на обратную связь. С одной стороны, они усилили возможности самих массмедиа воздействовать на массовое сознание, с другой, — внесли новый смысл в саму систему международных отношений [19, с. 58]. Средства массовой информации влияют на общее впечатление людей и их суждения об имидже государства путем избирательной обработки информации и тем самым определяют образ зарубежной страны в сознании людей [20, с. 152]. Механизм быстрого реагирования новых медиа не только позволяет странам своевременно устранять вредоносное влияние, но и в определенной степени улучшает национальный имидж страны. Все это способствует тому, что массмедиа в информационную эпоху превратились в новую форму публичной дипломатии в рамках международного общения [21, с. 2], так как «поле битвы» международной политики перемещается с географического и физического уровней на уровень коммуникационный с современными средствами массовой информации, играющими решающую роль в восприятии и создании образа» [22, с. 4].

В условиях Китая их роль в продвижении имиджа страны играет важную роль, так как для его формирования национальные СМИ способны взять на себя инициативу в воспроизведении главной темы имиджевой коммуникации как внутри, так и за рубежом [23]. Из них

наиболее сильное воздействие на массовое сознание имеет телевидение, так как именно оно «создает эффект непосредственного обращения к зрителю и формирует у аудитории ощущение сопричастности к тому или иному событию» [24, с. 16]. Общеизвестно, что телевидение обладает мощным манипулятивным воздействием на общественное сознание. Прежде всего, оно направлено на психику, зачастую осуществляется незаметно и скрытно, изменяя массовое сознание на подсознательном уровне в нужном направлении для инициаторов манипуляции. Все это приводит также и к изменению культурной матрицы конкретного социума.

Инициатива «Один пояс — один путь» как инструмент продвижения положительного имиджа Китая

Инициатива «Один пояс — один путь» (сокращенно по-английски BRI — *Belt Road Initiative*) — одна из ведущих национальных стратегий Китая, объединяющая сухопутный («Экономический Шелковый путь») и морской («Морской шелковый путь») транспортные и логистические коридоры торговли. Она представляет собой «международный экономический режим, так как в ее рамках разные страны действуют согласованно в общих интересах» [25].

По мере своего поступательного развития инициатива «Один пояс — один путь» расширяет направления международного сотрудничества, что привело к возникновению других ее стратегий: «Цифровой шелковый путь», «Зеленый шелковый путь», «Шелковый путь здоровья» и «По-

лярный шелковый путь»¹. Выступая 23 июня 2016 г. перед парламентом Республики Узбекистан, Си Цзиньпин «призвал к созданию «зеленого, здорового, умного и мирного» Шелкового пути»². В данной связи отметим, что «Зеленый Шелковый путь» подразумевает создание экологической цивилизации в рамках устойчивого развития. Построение «Шелкового пути здоровья» связано с тесным сотрудничеством Китая со странами вдоль маршрута в области развития здравоохранения, строительства медицинских учреждений, внедрения новых технологий лечения и производства лекарственных препаратов, совместной борьбы с эпидемиями и др. «Интеллектуальный Шелковый путь» связан с международным сотрудничеством в области поиска талантов, внедрением различных инноваций, которые охватывают самые разные направления: технологии, финансовые инновации, международная кооперация. «Шелковый путь мира» тесно связан с инициативой Си Цзиньпина о построении сообщества единой судьбы человечества, озвученную в ходе его выступления на 70-й сессии Генеральной ассамблеи ООН 15 сентября 2015 г., и представляет собой совместное решение кризисных явлений, общие усилия в области совместного противостояния угрозам для всего человечества [26, с. 77–85].

¹ Эволюция китайской инициативы «Один пояс – один путь»: «Зеленый шелковый путь». 2023, 27 апр. URL: <https://index1520.com/analytics/evolyutsiya-kitayskoy-initsiativy-odin-poyas-i-odin-put-zelenyy-shelkovyy-put/>

² Си Цзиньпин призвал к созданию «зеленого, здорового, умного и мирного» Шелкового пути // Синьхуа, 2016, 23 июня. URL: http://russian.news.cn/2016-06/23/c_135458336.htm

Идея «Цифрового Шелкового пути», которая впервые была озвучена Си Цзиньпином 14 мая 2017 г. на Первом международном форуме «Один пояс — один путь» в Пекине, призвана способствовать решению проблем существующего разрыва между глобальным и внутренним развитием для развивающихся стран благодаря использованию инновационных информационных и коммуникационных технологий для создания устойчивой интернет-экономики, благотворного международного сотрудничества в области глобальной электронной торговли, образования [27, с. 69–70].

«Полярный Шелковый путь» — совместный проект Китая и России, был впервые заявлен российской стороной в 2017 г. и оформился в концепцию в «Белой книге по Арктике» КНР в 2018 г. Данная стратегия предполагает развитие транспортной логистики вдоль Северного Морского пути, что значительно сократит время судоходства между Китаем и Европой. Кроме того, районы вдоль маршрута богаты энергетическими и минеральными месторождениями и имеют широкие перспективы развития и будут содействовать освоению побережья Северного Ледовитого океана, а также плодотворному научному сотрудничеству между Китаем и Россией [28, с. 67–68].

Инициатива «Один пояс — один путь» представляет собой хороший пример реализации концепции построения сообщества единой судьбы человечества Си Цзиньпина, так как в эпоху глобальной взаимозависимости страны сталкиваются с многочисленными проблемами и не могут оставаться в одиночестве. Поэтому необходимы совместные

ресурсы и усилия для того, чтобы совершенствовать глобальную систему управления и механизмы для достижения мира и общего развития и процветания во всем мире [29].

С момента объявления в 2013 г. Си Цзиньпином данный глобальный проект постоянно является предметом для исследования в экономике, политологии, культурологии и обстоятельно исследуется с разных позиций: экономическое развитие, гуманитарное сотрудничество, глобальное управление, медиасотрудничество и т.д. Одновременно инициатива «Один пояс — один путь» — это пример не только международного сотрудничества, но и важный инструмент формирования и продвижения имиджа Китая [30, с. 4], так как помогает сформировать благоприятное общественное мнение в других странах и получить поддержку со стороны их граждан [31, с. 107] и является неотъемлемой частью национального имиджа страны [32, с. 23]. Об этом свидетельствуют, например, результаты «Глобального опроса общественного мнения», проведенного китайским научно-исследовательским центром за период с 2005 по 2020 г. Респонденты из разных стран отметили улучшение своего восприятия имиджа Китая после появления и развития глобального проекта «Один пояс — один путь» [33, с. 32].

Внимание к «Один пояс — один путь» со стороны мировых массмедиа не ослабевает на протяжении всех лет. Причем, западные СМИ проявляли к данной инициативе неоднозначное отношение, и она уже не раз становилась объектом их информационных атак, особенно —

американских, с целью дискредитации не только самой инициативы, но также имиджа Китая в мировом сообществе. Причем, антикитайские информационные вбросы в мировые массмедиа происходят именно накануне важных международных событий. Например, тема о «долговой кабале» для развивающихся стран особенно часто стала звучать во время европейского турне лидера КНР Си Цзиньпина в конце марта 2019 г., а также в преддверии работы Второго международного форума «Один пояс — один путь» в апреле 2019 г. Информационное противостояние с каждым годом, по мере дальнейшего развития инициативы «Один пояс — один путь», только ужесточается. Вспышка пандемии *Covid-19* в начале 2020 г. усилила негативные тенденции в западных массмедиа по отношению к инициативе. Британские массмедиа не являются исключением, что и предопределило выбор их для анализа.

Методология исследования

Объектом исследования были выбраны новостные выпуски британского телеканала *BBC News*, посвященные инициативе «Один пояс — один путь», который входит в состав медиакорпорации *BBC* («Британская вещательная корпорация») и имеет широкую телеаудиторию в более чем 200 странах мира. Особенности новостного контента на телеканале *BBC News* связаны с тем, что на его официальном сайте представлены как телевизионные репортажи, так и аналитические публикации, которые позволяют более глубоко вникнуть в суть конкретного события. Обязательно по ходу пу-

бликаций идут ссылки на другие материалы по теме. Это хорошо видно на примере освещения инициативы «Один пояс — один путь»³.

Всего было проанализирован 161 телевыпуск за период 2014 — июнь 2023 г.). Предметом исследования стало изучения характера подходов к формированию имиджа Китая в западных массмедиа в контексте реализации инициативы «Один пояс — один путь»⁴.

В статье использовался принцип системного анализа с целью конструирования модели коммуникации посредством мировых массмедиа во взаимосвязи с международными процессами. Это позволило рассмотреть технологии формирования имиджа Китая на примере анализа выпусков британского новостного телеканала *BBC News* в контексте инициативы «Один пояс — один путь». Основным был выбран метод количественного контент-анализа. Был также использован качественный контент-анализ с целью выявления отношения *BBC News* к инициативе «Один пояс — один путь» и для оценки стилистики подачи новостного контента.

На официальном сайте *BBC News* был проведен поиск по тегам: *One belt one road, New silk road, Belt and road, Belt&road, BRI*. За единицу анализа был выбран отдельный новостной

выпуск⁵, категориями для исследования были выбраны тематика, информационный повод, оценка редакции телеканала к транслируемой информации (положительная, отрицательная, нейтральная). Единицей счета стала частота встречаемости. Анализ тематики осуществлялся по нескольким тематическим блокам (экономика, политика, спорт, общество, гуманитарное сотрудничество, *Covid-19*, туризм, форум «Один пояс — один путь»). Были выделены отдельные категории для анализа информационных поводов (конкретные события, позиция государств и конфликты)⁶. Отношение телеканалов к транслируемым событиям анализировалось на основе оценки (негативная, нейтральная, положительная).

Для семантической оценки использовалось программное обеспечение с открытым исходным кодом *Wordij* и программное обеспечение для комплексного сетевого анализа *Gephi*. Затем было проведено частотное исследование слов и словосочетаний в программе *AntConc*⁷.

Основные результаты исследования

Проведенный анализ показал, что тематика телеканала *BBC News*, посвященная инициативе «Один пояс — путь», распределилась следующим образом (табл. 1, рис. 1)

³ В связи с тем, что в самом Китае *BBC News* не имеют своего аккаунта в социальных сетях, не имеют собственного сайта (на китайском или английском языках), то анализ публикаций проводился на англоязычном сайте <https://www.bbc.com/>.

⁴ В ходе анализа использовалась методика, упомянутая в опубликованной ранее статье. [34] Было выявлено, что за аналогичный период телеканал *CNN* посвятил 330 новостных выпусков исследуемой теме.

⁵ В течение одной даты встречалось иногда несколько новостных выпусков, посвященных «Один пояс — один путь», что обусловлено редакционной политикой телеканала.

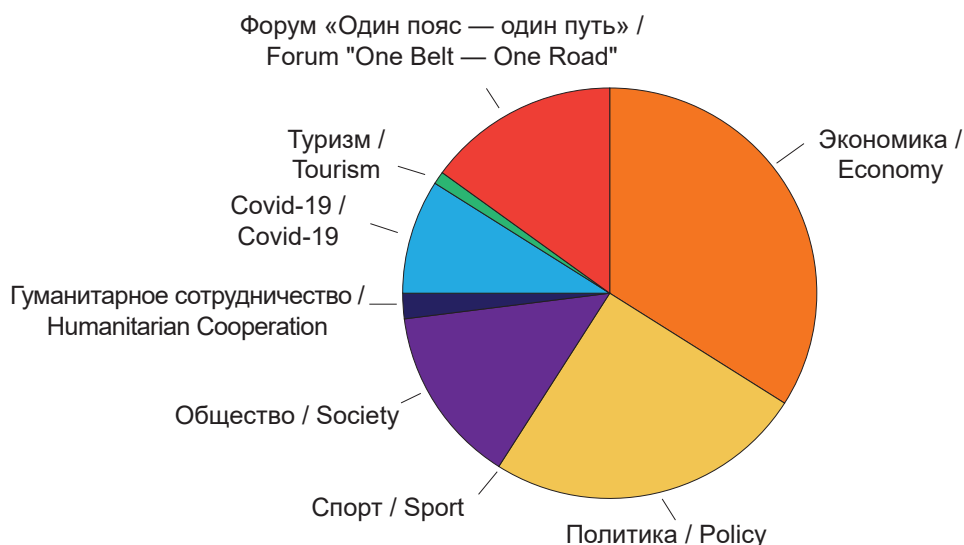
⁶ Категория «позиция государств» включала в себя информационные поводы, связанные с выступлениями официальных лиц.

⁷ Laurence Anthony's AntConc. URL: <https://www.laurenceanthony.net/software/antconcl/>

Таблица 1 / Table 1

Тематика телеканала *BBC News* / *BBC News Channel Topics*

Тематический блок / Thematic Block	Количество телевыпусков / Number of TV Episodes	Доля, % / Share, %
Экономика / Economy	55	34
Политика / Policy	41	25
Спорт / Sport	0	0
Общество / Society	22	14
Гуманитарное сотрудничество / Humanitarian Cooperation	3	2
Covid-19 / Covid-19	15	9
Туризм / Tourism	1	1
Форум «Один пояс — один путь» / Forum "One Belt — One Road"	24	15

**Рис. 1. Тематика телеканала *BBC News*****Pic. 1. *BBC News* TV Channel Topics**

Телеканал *BBC News* больше уделяет внимание экономике, а тема политики в его телевыпусках находится на втором месте. Отмечено более равномерное распределение по другим тематическим блокам, в частности: Общество, Форум «Один пояс — один путь». Телеканал мало транслирует новостей по теме гуманитарного сотрудничества, туризма,

спорта, хотя тема *Covid-19* присутствует (6 %).

Информационные поводы телевыпусков *BBC News* показали следующее распределение (рис. 2)

Телеканал *BBC News* чаще интересуют конкретные события в качестве информационных поводов и позиции государств в отношении инициативы «Один пояс —

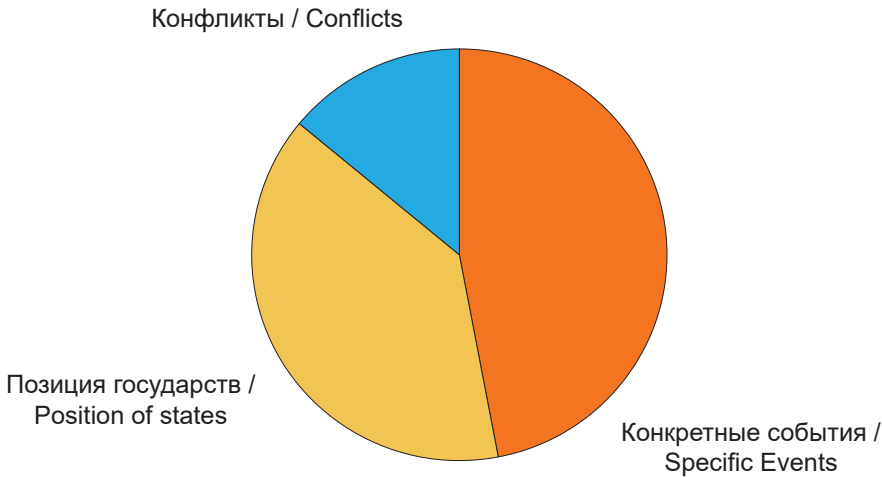


Рис. 2. Информационные поводы телеканала *BBC News*
Pic. 2. Informational Occasions of the *BBC News* Channel

один путь», в меньшей степени *BBC News* уделяет внимание таким инфоповодам, как конфликты, скандалы.

Тональность оценки телеканала к транслируемой информации представлена также имеет определенные характеристики (рис. 3).

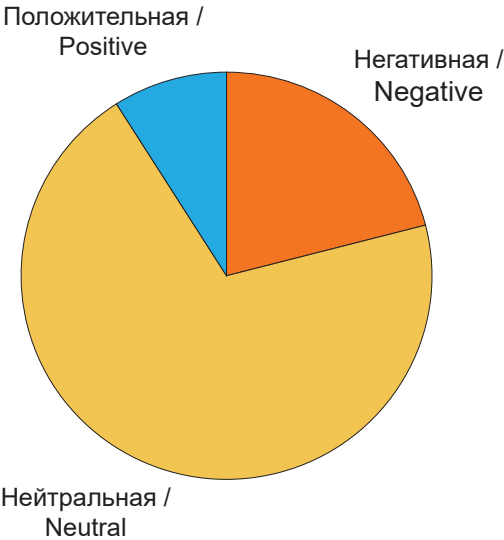


Рис. 3. Тональность оценки телеканала *BBC News*
Pic. 3. Tonality Assessment of the *BBC News* Channel

В новостных выпусках *BBC News* преобладает нейтральная оценка (70 %). Негативная тональность встречается намного реже (21 %). Были выявлены также малочисленные телевыпуски с положительной оценкой (9 %). По нашему мнению, нейтральная позиция телеканала имеет определенные особенности. За счет того, что вниманию аудитории представляется критическая точка зрения, а также негативное отношение западных экспертов к данному глобальному проекту, то в итоге возникает ощущение, что для *BBC News* более характерно критическое отношение к инициативе «Один пояс — один путь». Телеканал мало акцентирует внимание на серьезных достижениях и больше разворачивает внимание аудитории на негативные аспекты.

Подобная тенденциозность в освещении противоречит официальным редакционным стандартам *BBC News*, зафиксированным в *Royal Charter of BBC* («Хартия БиБиСи») и *Editorial Guidelines of BBC* («Редакционные правила БиБиСи»)⁸, в которых одним из основополагающих принципов деятельности является точность и беспристрастность. Следовательно, речь идет о двойных стандартах в подходе *BBC News* по отношению к «Один пояс — один путь».

Тональность телевыпусков *BBC News* подтверждается анализом ключевых слов (табл. 2). Их частотный анализ показал, что чаще всего

⁸ Royal Charter of BBC (2017-2027). URL: <https://www.bbc.com/historyofthebbc/research/royal-charter>; Editorial Guidelines of BBC. URL: http://downloads.bbc.co.uk/guidelines/editorial-guidelines/pdfs/Editorial_Guidelines_in_full.pdf

Таблица 2 / Table 2
Наиболее употребляемые негативные лексемы *BBC News*
The Most Used Negative Lexemes *BBC News*

№ / No.	Лексема / Lexeme	Частота / Frequency
1	долговые ловушки (debt/loan/tax)	155
2	климат (выбросы) (climate/carbon/emissions/coal)	137
3	сила (негативное влияние) (power/impact)	118
4	критиковать (criticise)	70
5	проблема Синьцзяна (uigur problems)	66
6	пандемия Covid (pandemic Covid)	63
7	проблема Тайваня (Taiwan)	47
8	конкуренция (competition/compete/competitive)	46
9	атака (attack)	41
10	война (war)	37
11	Талибан (taliban)	34
12	права человека (нарушение) (human rights)	33
13	принуждение (press/pressure)	19
14	кризис (crisis)	18
15	угроза (threat)	17
16	конфликт (conflict)	14

Окончание табл. 2 / The End of the Table 2

№ / No.	Лексема / Lexeme	Частота / Frequency
17	санкции (sanctions)	14
18	обеспокоенность (угрозой) (concern)	14
19	напряженность (tensions)	13
20	риск (risk)	13

использовалось 400 слов, среди которых были выявлены следующие наиболее часто встречающиеся негативные лексемы: угроза, конфликт, напряженность, защита (от угрозы), войска, климат (выбросы), действия (агрессивные), агрессия, принуждение, атака, обеспокоенность (угрозой), Талибан, проблемы, кризис, конкуренция, война, права человека (нарушение), сила (негативное влияние), злоупотребления, санкции, долговые ловушки, кризис, риск, напряженность, терроризм.

Из табл. 2 видно, что у *BBC News* больше используется слов, связанных с экономической и экологической составляющими (долговые ловушки, климатические проблемы, кризис), например: «Долговая ловушка преследует Мальдивы на пути к «процветанию»⁹, «Не обременят ли Китай бедные страны непосильным долгом?»¹⁰, «Госсекретарь США Джон Кэрри докучает просьбами Китай из-за климата»¹¹, «Китай перестанет использовать уголь?»¹²,

«Пострадавшая от кризиса Шри-Ланка просит Китай реструктуризировать свой долг»¹³ и др.

Здесь также присутствуют и лексемы политического характера (проблемы Синьцзяна, проблемы Тайваня, негативное влияние (сила), движение (Талибан), например: «Шри-Ланка: *Covid* усиливает влияние Китая на заднем дворе Индии»¹⁴; «Сомали и Тайвань: две территории, у которых мало друзей, но каждая другая»¹⁵; «Уйгуры Афганистана боятся талибов, а теперь также и Китая»¹⁶; «Талибан и китайская компания заключили сделку по добыче нефти в Афганистане»¹⁷, «Теракт в Пакистане: китайские преподаватели погибли во время взрыва в университете Карачи»¹⁸ и др.

¹³ Crisis-hit Sri Lanka asks China to restructure its debt // BBC News. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/business-59932551>

¹⁴ Sri Lanka: Covid increases China influence in India's backyard // BBC News. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/world-asia-57167091>

¹⁵ Somaliland and Taiwan: Two territories with few friends but each other // BBC News. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/world-africa-56719409>

¹⁶ Afghanistan's Uyghurs fear the Taliban, and now China too // BBC News. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/world-asia-58342790>

¹⁷ Taliban and China firm agree Afghanistan oil extraction deal // BBC News. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/business-64183083>

¹⁸ Pakistan attack: Chinese tutors killed in Karachi university bombing // BBC News. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/world-asia-61229589>

⁹ China debt dogs Maldives' 'bridge to prosperity' // BBC News. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/world-asia-52743072>

¹⁰ China: Is it burdening poor countries with unsustainable debt? // BBC News. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/59585507>

¹¹ US envoy John Kerry woos China over climate // BBC News. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/science-environment-56739896>

¹² China pull the plug on coal? // BBC News. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/w3csz8cj>

В телевыпусках *BBC News* встречаются в названиях и негативные ключевые слова (угроза, смерть, война, атака), например: «Рабочие из Китая и Бангладеш на электростанции устроили массовую драку со смертельным исходом»¹⁹; «В ловушке американо-китайской «холодной войны»²⁰ и др. Тем не менее, редакция *BBC News* не настолько открыто агрессивна, и в названиях новостных выпусков телеканала об инициативе «Один пояс — один путь» все-таки преобладает нейтральная тональность.

Заключение

В ходе проведенного исследования было выявлено, что *BBC News* за исследуемый период больше внимания уделял экономической и политической тематике. До начала пандемии *Covid-19* редакция телеканала придерживалась чаще нейтральной позиции, хотя и стремилась вызывать сомнения у своей аудитории в успешности инициативы, например: «Китайский план «Один пояс — один путь». Почему Италия присоединилась к проекту «Один пояс — один путь», а Брюссель обеспокоен»²¹; «Си Цзиньпин посетил Францию: отношения между Китаем и ЕС перешли от «периода медового месяца» к «периоду конкуренции»²². Телека-

нал *BBC News* чаще использует в качестве информационных поводов конкретные события, а конфликты и скандалы интересуют редакцию телеканала в меньшей степени.

В ходе анализа новостных выпусков *BBC News* было выявлено неоднозначное отношение телеканала к инициативе «Один пояс — один путь». Хотя в них преобладает нейтральное отношение, тем не менее, за счет представления критических оценок западного экспертного сообщества редакция телеканала усиливает негативное восприятие инициативы, а также благодаря использованию негативных лексем. *BBC News* редко акцентирует внимание своих телезрителей на достижениях «Один пояс — один путь» и смещает внимание аудитории на различные отрицательные моменты, связанные с данной инициативой, тем самым проявляя тенденциозность и нарушая собственные редакционные стандарты.

Неоднозначная позиция *BBC News* свидетельствуют о том, что этот британский телеканал стремится представить КНР как страну с претензией на мировое господство, а негативные новостные выпуски о ситуации с *Covid-19* в КНР свидетельствуют о его стремлении использовать пандемию для очернения и дискредитации проекта «Один пояс — один путь» и нанесении серьезного ущерба для международного статуса и авторитета Китая. Идет целенаправленное формирование негативного имиджа КНР, которое достигается *BBC News* разными способами: больший акцент на

¹⁹ Bangladesh and China power plant workers in deadly mass brawl // BBC News. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/world-asia-48689943>

²⁰ Trapped in the middle of the US-China 'Cold War' // BBC News. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/business-45961761>

²¹ China's Belt and Road plan: Why did Italy sign it and why is Brussels worried? // BBC News. 2019, April, 4. URL: <https://www.euronews.com/2019/03/24/china-and-italy-sign-silk-road-project>

²² Xi Jinping Visits France: China-EU Relations Move From 'Honeymoon Period'

To 'Competition Period' // BBC News, 2019. March, 24. URL: <https://www.bbc.com/zhongwen/simp/world-47692395>

экономической и политической тематике при значительно меньшем количестве новостных выпусков о других важных составляющих данного глобального проекта (гуманитарное сотрудничество, спорт, туризм), игнорирование достижений, акцент на негативных моментах, угрозах.

Список использованной литературы

1. Мамаева В.Ю. Теоретико-методологические основы формирования имиджа: исторические и современные аспекты / В.Ю. Мамаева, В.В. Мацько. — DOI 10.25513/1812-3988.2017.3.134-143. — EDN ZUEXOD // Вестник Омского государственного университета. Серия: Экономика. — 2017. — № 3. — С. 134–143.
2. Гизатова Г.К. Имидж как конструкт социальной реальности / Г.К. Гизатова, О.Г. Иванова. — DOI 10.26907/2541-7738.2021.4-5.222-229. — EDN PRKILL // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2021. — Т. 163. — № 4–5. — С. 222–229.
3. Селентьева Д.О. Политическая имиджелогия / Д.О. Селентьева. — Москва : Юрайт. — 2023. — 164 с.
4. Рязанова Е.В. Символическая сущность имиджа / Е.В. Рязанова. — DOI 10.17748/2075-9908-2017-9-2/2-194-199. — EDN YOYJRV // Историческая и социально-образовательная мысль. — 2017. — Т. 9. — № 2-2. — С. 194–199.
5. Чен Хуа. Национальный имидж и построение национальной идентичности с точки зрения философии / Чен Хуа, Лу Хунган // Наблюдения и размышления. — 2018. — Вып. 6. — С. 83–87.
6. Доу Гуанхуа. Метафорический анализ зарубежных репортажей «Сделано в Китае» с точки зрения национального имиджа в новую эпоху / Доу Гуанхуа, Ван Сюэлянь // Университетские новости. — 2022. — № 5. — С. 71–80.
7. Ван Дань. К вопросу об улучшении работы поработать над исследованием и формированием национального имиджа Китая в новую эпоху / Ван Дань // Внешние коммуникации. — 2020. — Вып. 11. — С. 24–25.
8. Сабов И.В. Имиджевое политическое позиционирование глобальных и региональных акторов в Центральной Азии : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.04 // И.В. Сабов. — Бишкек, 2021. — 204 с.
9. Anholt Simon. Beyond the Nation Brand: The role of Image and Identity in International Relations / Simon Anholt // The Journal of Public Diplomacy. — 2013. — Vol. 2, — Iss. 1. — P. 6–12.
10. Сидорская И.В. Об употреблении терминов «образ» и «имидж» в русскоязычных исследованиях проблемы медиарепрезентации территорий / И.В. Сидорская. — DOI 10.30547/vestnik.journ.3.2021.173197. — EDN OLFPQI // Вестник Московского университета. Серия. 10: Журналистика. — 2021. — № 3. — С. 173–197.
11. Ткачева Н.В. Национальные медиа как инструменты продвижения «мягкой силы» Китая / Н.В. Ткачева. — DOI 10.30547/vestnik.journ.6.2019.94128. — EDN DAXGKU // Вестник Московского университета. Серия. 10: Журналистика. — 2019. — № 6. — С. 94–128.
12. Син Лицзю. Исследование модели формирования национального имиджа Китая / Син Лицзю, Ян Чуанруолян // Форум Северо-Восточной Азии. — 2022. — Т. 31, № 6. — С. 3–17.
13. Вэнь Чунин. Концепция ценности и методология индекса оценки национального имиджа / Вэнь Чунин, Ху Синьюй, Рао Пайфейер // Внешние коммуникации. — 2022. — № 5. — С. 60–63.
14. Ху Цзянь. Исследование мягкой силы в Китае: эволюции концепции / Ху Цзянь // Международный наблюдатель. — 2018. — № 6. — С. 119–134.
15. Колокольцева Е.В. Концептуализация стратегий презентации России: история и эволюция (коммуникативные аспекты) / Е.В. Колокольцева. — DOI 10.24833/2541-8831-2020-4-16-135-146. — EDN SIXJQR // Концепт: философия, религия, культура. — 2020. — Т. 4. — № 4(16). — С. 135–146.

16. Ню Хэ. Имидж Китая в российских массмедиа в контексте инициативы «Один пояс — один путь» (на примере телеканала «Россия 24») / Ню Хэ. — EDN ESCGIV // Современная медиасреда: традиции, актуальные практики и тенденции. Взгляд молодых исследователей: сб. науч. тр. — Санкт-Петербург, 2021. — Вып. 21. — С. 201–206.

17. Колокольцева Е.В. Роль средств массовой информации в формировании имиджа Российской Федерации в системе международных отношений : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 5.5.4 / Е.В. Колокольцева. — Москва, 2023. — 31 с.

18. Цзе Ч. Продвижение положительного имиджа Китая в традиционных СМИ и медиа нового типа / Ч. Цзе. — EDN XZOVJZ // Медиаскоп. — 2018. — № 2. — URL: <http://www.mediascope.ru/2449>.

19. Син Лицзюй. Новые медиа и международная коммуникация национального имиджа Китая / Син Лицзюй, Чжао Цзин // Современные международные отношения. — 2021. — № 11. — С. 51–59.

20. Ю Хун. Игра великих держав: различия в восприятии национального имиджа, влияющие факторы и пути улучшения — сравнительный анализ, основанный на восприятии национального имиджа Китая китайцами и американцами / Ю Хун, Хуан Чэн // Социальные науки Хубэй. — 2021. — № 6. — С. 150–161.

21. Хоу Иншань. Роль новых медиа в публичной дипломатии с точки зрения международных коммуникаций / Хоу Иншань // Медиа Форум. — 2020. — № 3(9). — С. 1–2.

22. Дубова Ю.С. Влияние мировых СМИ на международные отношения в постбиполярный период : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.04 / Ю.С. Дубова. — Москва, 2019. — 201 с.

23. Сун Сянцин. Об использовании всего разнообразного ландшафта СМИ для создания имиджа страны / Сун Сянцин // Жэньминь жибао. — 2014. — 4 окт. — URL: <http://media.people.com.cn/n/2014/0410/c192362-24873646.html>.

24. Муратов С.А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения / С.А. Муратов. — Москва : Юрайт, 2017. — 237 с.

25. Баширов С. Что такое инициатива «Пояс и путь», зачем она Китаю и полезна ли она России? / С. Баширов // РБК-тренды. — 2022. — URL: <https://trends-rbc-ru.turbopages.org/trends.rbc.ru/s/trends/social/6308bea09a7947ff4889b9b6>.

26. Хэ Маочунь. Стратегическая концепция «Один пояс — один путь»: от расплывчатого к ясному — зеленый, здоровый, интеллектуальный, мирный Шелковый путь Теоретическая коннотация и путь реализации / Хэ Маочунь, Чжэн Вэйвэй // Синьцзянский педагогический университет. Серия: философия и социальные науки. — 2017. — № 38 (6). — С. 77–92.

27. Фан Фан. Строительство «Цифрового Шелкового пути»: международная среда и выбор пути / Фан Фан // Международный форум. — 2019. — № 21(2). — С. 56–75.

28. Цзян Инъань. Многостороннее сотрудничество на «Полярном Шелковом пути»: возможности, вызовы и пути развития / Цзян Инъань // Тихоокеанский журнал. — 2019. — № 27(8). — С. 67–77.

29. Гао Зугуй. Стимулировать строительство «Одного пояса, одного пути», создать Сообщества единой судьбы человечества / Гао Зугуй // Сюэси Шибао. — 2019. — URL: <http://theory.people.com.cn/n1/2019/0422/c40531-31041646.html>.

30. Лю Ин. Исследование образа Китая в отчетах «Жэньминь жибао» об инициативе «Один пояс — один путь» / Лю Ин. — Хунань, 2019. — 73 с.

31. Лай Линчжи. «Мягкая сила» Китая в реализации инициативы «Один пояс — один путь»: медийный дискурс / Лай Линчжи. — EDN YTLGZZ // Вестн. Воронежского гос. ун-та. Сер.: Филология, журналистика. — 2018. — № 1. — С. 106–109.

32. Ши Фэнлин. Анализ национальных имиджевых коммуникативных путей в строительстве «Одного пояса, одного пути» / Ши Фэнлин // Новости коммуникаций. — 2021. — № 23. — С. 22–24.

33. Ван Цзиньбо. Может ли «Один пояс, один путь» улучшить национальный имидж Китая / Ван Цзиньбо // Мировая экономика и политика. — 2022. — № 2. — С. 4–31.


34. Якова Т.С. Имидж Китая в зарубежных массмедиа в контексте инициативы «Один пояс — один путь» (по материалам телеканала CNN в 2020–2021 гг.) / Т.С. Якова, Хэ. Ню. — DOI 10.30547/mediaalmanah.6.2022.141150. — EDN FLKHUL // Меди@льманах. — 2022. — № 6. — С. 141–150.

References


1. Mamaeva V.Yu., Mats'ko V.V. Theoretic and Methodological Basis of Image Formation: Historical and Modern Aspects. *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika* = Herald of Omsk University. Series: Economics, 2017, no. 3. Pp. 134–143. (In Russian). EDN: ZUEXOD. DOI: 10.25513/1812-3988.2017.3.134-143.
2. Gizatova G.K., Ivanova O.G. Image as a Construct of Social Reality. *Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* = Proceedings of Kazan University. Humanities Series, 2021, vol. 163, no. 4-5, pp. 222–229. (In Russian). EDN: PRKILL. DOI: 10.26907/2541-7738.2021.4-5.222-229.
3. Selent'eva D.O. *Political Imageology*. Moscow, Yurait Publ., 2023. 164 p.
4. Ryazanova E.V. Symbolic Essence of Image. *Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mysl'* = Historical and social-educational ideas, 2017, vol. 9, no. 2-2, pp. 194–199. (In Russian). EDN: YOYJRV. DOI: 10.17748/2075-9908-2017-9-2/2-194-199.
5. Chen Khua, Lu Khungan. National Image and Construction of National Identity from the Point of View of Philosophy. *Nablyudeniya i razmyshleniya* = Observations and reflections, 2018, iss. 6, pp. 83–87.
6. Dou Guankhua, Van Syuelyan'. Metaphorical Analysis of Foreign “Made in China” Reports from the Point of View of National Image in the New Era. *Universitetskie novosti* = University News, 2022, no. 5, pp. 71–80.
7. Van Dan'. On the Issue of Improving Work, Work on Research and Formation of China's National Image in the New Era. *Vneshnie kommunikatsii* = External communications, 2020, iss. 11, pp. 24–25.
8. Sabov I.V. *Image Political Positioning of Global and Regional Actors in Central Asia*. Cand. Diss. Bishkek, 2021. 204 p.
9. Anholt Simon. Beyond the Nation Brand: The role of Image and Identity in International Relations. *The Journal of Public Diplomacy*, 2013, vol. 2, iss. 1, pp. 6–12.
10. Sidorskaya I.V. On Using the Term “Image” In Russian-Language Studies into the Problem of Media Representation of Territories. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* = Moscow University Journalism Bulletin, 2021, no. 3, pp. 173–197. (In Russian). EDN: OLFPQI. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2021.173197.
11. Tkacheva N.V. National Media as a Promotional Tool of China's Soft Power. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* = Moscow University Journalism Bulletin, 2019, no. 6, pp. 94–128. (In Russian). EDN: DAXGKU. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2019.94128.
12. Sin Litszyu, Yan Chuanruolan. Study of the Model of Formation of the National Image of China. *Forum Severo-Vostochnoi Azii* = Northeast Asia Forum, 2022, vol. 31, no. 6, pp. 3–17.
13. Ven' Chunin, Khu Sin'yui, Rao Paifeier. Concept of Value and Methodology of the National Image Assessment Index. *Vneshnie kommunikatsii* = External communications, 2022, no. 5, pp. 60–63.
14. Khu Tszyan'. The Study of Soft Power in China: The Evolution of the Concept. *Mezhdunarodnyi nablyudatel'* = International observer, 2018, no. 6. pp. 119–134.
15. Kolokol'tseva E.V. Conceptualizing the Strategies of Representing the Image of Russia: History and Evolution (Communicative Aspects). *Kontsept: filosofiya, religiya, kul'tura* = Concept: philosophy, religion, culture, 2020, vol. 4, no. 4, pp. 135–146. (In Russian). EDN: SIXJQR. DOI: 10.24833/2541-8831-2020-4-16-135-146.
16. He N. Image of China in Russian Massmedia in the Context of the “One Belt — One Road” Initiative (On the Example of the TV Channel “Russia 24”). *Modern Media Environment: Traditions, Current Practices and Trends. The View of Young Researchers. Collected Papers*. Saint Petersburg, 2021, iss. 21, pp. 201–206. (In Russian). EDN: ESCGIV.
17. Kolokol'tseva E.V. *The Role of the Media in Shaping the Image of the Russian Federation in the System of International Relations*. Cand. Diss. Thesis. Moscow, 2023. 31 p.
18. Tsze Ch. Promotion of Favorable Image of China in Traditional and New Media. *Mediaskop* = Mediascope, 2018, no. 2. EDN: XZOVJZ.

19. Sin Litszyui, Chzhao Tszin. New Media and International Communication of China's National Image. *Sovremennye mezhdunarodnye otnosheniya = Modern international relations*, 2021, no. 11, pp. 51–59.
20. Yu Khun, Khuan Chen. The Great Power Game: Differences in National Image Perception, Influencing Factors, and Ways to Improve — A Comparative Analysis Based on Chinese and American Perceptions of China's National Image. *Sotsial'nye nauki Khubei = Hubei Social Sciences*, 2021, no. 6, pp. 150–161.
21. Khou Inshan'. The Role of New Media in Public Diplomacy from the Point of View of International Communications. *Media Forum = Media Forum*, 2020, no. 3, pp. 1–2.
22. Dubova Yu.S. *The Influence of World Media on International Relations in the Post-Bipolar Period*. Cand. Diss. Moscow, 2019. 201 p.
23. Sun Syantsin'. On Using the Entire Diverse Media Landscape to Create a Country's Image. *Zhen'min' zhibao = People's Daily*, 2014. October 4. Available at: <http://media.people.com.cn/n/2014/0410/c192362-24873646.html>.
24. Muratov S.A. *Television Journalism. Television in Search of Television*. Moscow, Yurait Publ., 2017. 237 p.
25. Bashirov S. *What is the Belt and Road Initiative, Why Does China Need It, and Is It Useful to Russia?* RBK-trendy. 2022. Available at: <https://trends-rbc-ru.turbopages.org/trends.rbc.ru/s/trends/social/6308bea09a7947ff4889b9b6>. (In Russian).
26. Khe Maochun', Chzhen Veivei. Strategic Concept "One Belt — One Road": From Vague to Clear — Green, Healthy, Intelligent, Peaceful Silk Road. Theoretical Connotation and Path of Implementation. *Sin'tszyanskii pedagogicheskii universitet. Seriya: filosofiya i sotsial'nye nauki = Xinjiang Pedagogical University. Series: Philosophy and Social Sciences*, 2017, no. 38, pp. 77–92.
27. Fan Fan. Construction of the "Digital Silk Road": International Environment and Choice of Path. *Mezhdunarodnyi forum = International Forum*, 2019, no. 21, pp. 56–75.
28. Tszyan In'an'. Multilateral Cooperation on the Polar Silk Road: Opportunities, Challenges and Development Paths. *Tikhookeanskii zhurnal = Pacific Magazine*, 2019, no. 27, pp. 67–77.
29. Gao Zugui. Stimulate the Construction of "One Belt, One Road", Create Communities with a Common Destiny for Humanity. *Syuesi Shibao = Xuexi Shibao*. 2019. Available at: <http://theory.people.com.cn/n1/2019/0422/c40531-31041646.html>.
30. Lyu In. *A Study of the Image of China in People's Daily Reports on the One Belt, One Road Initiative*. Khunan', 2019. 73 p.
31. Lai L. "Soft Power" of China in the Implementation of the Initiative "One Belt and One Road": Media Discourse. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika = Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2018, no. 1, pp. 106–109. (In Russian). EDN: YTLGZZ.
32. Shi F. Analysis of National Image Communication Paths in the Construction of "One Belt, One Road". *Novosti kommunikatsii = Communications News*, 2021, no. 23, pp. 22–24.
33. Van T. Can One Belt, One Road Improve China's National Image. *Mirovaya ekonomika i politika = World economy and Politics*, 2022, no. 2, pp. 4–21.
34. Yakova T.S., Nyu Khe. The Image of China in Foreign Media in the Context of the "One Belt — One Road" Initiative (Based on Materials from CNN in 2020–2021). *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2022, no. 6, pp. 141–150. (In Russian). EDN: FLKHUL. DOI: 10.30547/mediaalmanah.6.2022.141150.

Информация об авторе

Ню Хэ — аспирант, кафедра зарубежной журналистики и литературы, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, aliceniu0928@gmail.com,  <https://orcid.org/0009-0002-8862-029X>.

Author Information

Niu He — PhD Student, Department of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, aliceniu0928@gmail.com,  <https://orcid.org/0009-0002-8862-029X>.

Для цитирования

Ню Хэ. Формирование имиджа Китая в западных массмедиа в контексте инициативы «Один пояс — один путь» (по материалам британского новостного телеканала *BBC News*) / Ню Хэ. — DOI: 10.17150/2308-6203.2023.12(4).784-800. — EDN RMVKSG // Вопросы теории и практики журналистики. — 2023. — Т. 12, № 4. — С. 784–800.

For Citation

Niu He. The Forming China's Image in the Western Mass Media in the Context of the Belt and Road Initiative (Based on the Materials of the British News Channel *BBC News*). *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2023, vol. 12, no. 4, pp. 784–800. EDN: RMVKSG. DOI: 10.17150/2308-6203.2023.12(4).784-800.