

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ЧЭНЬ
Носи

**РОЛЬ КИТАЙСКИХ И БЕЛОРУССКИХ СМИ В
РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»**

Магистерская диссертация

Специальность 1-23 80 11 «Коммуникации»

Научный руководитель:
Сидорская Ирина Владимировна
доктор филологических наук,
доцент

Допущена к защите

«__» _____ 2020 г.

Зав. технологий коммуникации и связей с общественностью

Сидорская Ирина Владимировна

доктор филологических наук, доцент

Минск, 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ	3
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ	4
ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1 ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КИТАЙСКИХ СМИ ПО ОСВЕЩЕНИЮ МАСШТАБНОЙ ИНТЕГРАЦИОННОЙ ИНИЦИАТИВЫ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ XXI ВЕКА «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»	9
1.1. Сущность, цели и задачи инициативы «Один пояс – один путь»	9
1.2 Основные направления реализации проекта «Один пояс – один путь»	19
1.3 Роль китайских СМИ в реализации концепции «Один пояс – один путь»	27
ГЛАВА 2 ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БЕЛОРУССКИХ СМИ В РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»	37
2.1 Медийное обеспечение реализации проекта «Один пояс – один путь» информационным агентством БелТА	37
2.2 Медийное обеспечение инициативы «Один пояс – один путь» общественно-политическими СМИ (изданием «СБ. Беларусь сегодня» и информационным порталом TUT.BY)	43
2.3. Медийное обеспечение инициативы «Один пояс – один путь» деловыми СМИ (изданиями «Рэспубліка», «Экономическая газета», «Белорусы и рынок»)	49
ГЛАВА 3. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ И ДЕЛОВЫХ СМИ КИТАЯ И БЕЛАРУСИ	58
3.1 Коммуникативные стратегии и тактики белорусских и китайских общественно-политических СМИ: сравнительный анализ	58
3.2 Коммуникативные стратегии и тактики белорусских и китайских деловых СМИ: сравнительный анализ	61
3.3. Эффективность стратегий и тактик белорусских и китайских СМИ. Рекомендации по оптимизации деятельности китайских и белорусских СМИ по освещению реализации проекта «Один пояс – один путь»	65
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	68
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	71

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

КОНЦЕПЦИЯ «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ», КИТАЙ, БЕЛАРУСЬ, ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ СМИ, ДЕЛОВЫЕ СМИ, МЕДИЙНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ.

Цель магистерской диссертации заключается в выявлении отличительных особенностей роли и характера участия китайских и белорусских СМИ в реализации интеграционной концепции «Один пояс – один путь».

Объектом исследования выступают материалы китайских и белорусских СМИ, посвященные инициативе «Один пояс – один путь».

Предметом исследования является роль современных китайских и белорусских СМИ в реализации концепции «Один пояс – один путь».

Полученные результаты и их новизна. Впервые охарактеризован уровень медийного обеспечения инициативы «Один пояс – один путь» общественно-политическими и деловыми СМИ Республики Беларусь; проанализированы коммуникативные стратегии и тактики общественно-политических и деловых СМИ КНР и Беларуси; квалифицированы эффективность стратегий и тактик белорусских и китайских СМИ в медийном обеспечении глобальной инициативы; составлены рекомендации по оптимизации деятельности китайских и белорусских СМИ по освещению концепции «Один пояс – один путь».

Полный объем работы – 77 страницы, 1 рисунок, 2 таблицы. Количество использованных библиографических источников – 67.

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

«ONE BELT – ONE WAY» CONCEPT, CHINA, BELARUS, PUBLIC AND POLITICAL MEDIA, BUSINESS MEDIA, MEDIA, COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS.

The purpose of the master's work is to identify the distinctive features of the role and nature of the participation of Chinese and Belarusian media in the implementation of the integration concept «One belt – one way».

The object of the master's work is the materials of the Chinese and Belarusian media on the initiative «One belt – one way».

The subject of the master's work is the role of modern Chinese and Belarusian media in the implementation of the concept of «One belt – one way».

The results obtained and their novelty. For the first time, the level of media support for the «One belt – one way» initiative has been characterized by the socio-political and business media of the Republic of Belarus; analyzed communication strategies and tactics of socio-political and business media of China and Belarus; qualified the effectiveness of strategies and tactics of the Belarusian and Chinese media in providing media for the global initiative; recommendations were made on optimizing the activities of the Chinese and Belarusian mass media in covering the concept of «One belt – one way».

The total amount of work is 77 pages, 1 figure, 2 tables. The number of bibliographic sources used is 67.