



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»
<https://su-journal.ru>

2025, № 4 / 2025, Iss. 4 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)

УДК 304.2:398.26(470)

Международные коммуникации о региональной культуре Шаньдуна в рамках проекта "Один пояс – один путь"

¹ Чжан Линь

¹ Российский университет дружбы народов

Аннотация: статья представляет комплексное исследование международных коммуникационных стратегий продвижения региональной культуры провинции Шаньдун (КНР) в рамках инициативы «Один пояс – один путь». Цель работы – выявление эффективных механизмов трансляции культурных ценностей Шаньдуна как исторического центра китайской цивилизации в глобальное информационное пространство. Методология исследования основана на мультиметодическом подходе, включающем мониторинг информационных потоков (анализ 18 723 медиаобъектов за 2021–2022 гг.), контент-анализ тематических кластеров, статистическую обработку данных эффективности культурных проектов, а также социологические опросы (n=3624) в 18 странах-участницах инициативы. Результаты исследования выявили доминирование англоязычного контента (42,3%) и тематический перекос в сторону конфуцианского наследия (24%) при недостаточной представленности современной культуры (10,9%). Установлена положительная корреляция между личным опытом посещения региона и позитивным восприятием его культуры ($\beta=0,412$). Наибольшую эффективность продемонстрировали неформальные стратегии коммуникации (индекс 8,1/10), основанные на пользовательском контенте, несмотря на их малую долю в общем потоке (6,5%). Выявлены значительные диспропорции между тематикой медиаобъектов и запросами аудитории: интерес к современной культуре (27,3%) втрое превышает её представленность в контенте. На основе результатов предложена интегративная модель оптимизации коммуникаций, включающая: Диверсификацию языковых стратегий (акцент на испаноязычный и арабский сегменты с высоким вовлечением аудитории). Ребалансировку тематического контента в пользу современных культурных практик. Развитие низовых инициатив через цифровые платформы. Синергию институциональных и неформальных каналов коммуникации. Исследование подтверждает ключевую роль культурной дипломатии как инструмента «мягкой силы» в реализации геостратегических задач, демонстрируя потенциал региональных культурных нарративов для укрепления международного имиджа Китая.

Ключевые слова: культурная дипломатия, региональная культура Шаньдуна, "Один пояс – один путь", международные коммуникации, транскультурный диалог, медиадискурс, культурная идентичность

Для цитирования: Чжан Линь Международные коммуникации о региональной культуре Шаньдуна в рамках проекта "Один пояс – один путь" // Современный ученый. 2025. № 4. С. 89 – 98.

Поступила в редакцию: 25 ноября 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 27 января 2025 г.; Принята к публикации: 19 марта 2025 г.

International communications about the regional culture of Shandong within the framework of the "One Belt – One Road" project

¹ Zhang Lin

¹ Peoples' Friendship University of Russia

Abstract: the article presents a comprehensive study of international communication strategies for promoting the regional culture of Shandong Province (PRC) within the framework of the "One Belt – One Road" initiative. The purpose of the work is to identify effective mechanisms for conveying the cultural values of Shandong, as a historical center of Chinese civilization, into the global informational space. The research methodology is based on a multi-method approach, including monitoring information flows (an analysis of 18,723 media messages for 2021–2022), content analysis of thematic clusters, statistical processing of data on the effectiveness of cultural projects, as well as sociological surveys (n=3624) in 18 countries participating in the initiative. The results revealed a dominance of English-language content (42.3%) and a thematic bias in favor of the Confucian heritage (24%), with insufficient representation of contemporary culture (10.9%). A positive correlation was established between personal experience of visiting the region and a positive perception of its culture ($\beta=0.412$). Informal communication strategies based on user-generated content demonstrated the greatest effectiveness (index 8.1/10), despite representing a small share (6.5%) of the overall flow. Significant discrepancies were found between the topics of media messages and audience demands: interest in contemporary culture (27.3%) is three times higher than its presence in the content. Based on the results, an integrative model for optimizing communications was proposed, including: diversification of language strategies (with an emphasis on Spanish-speaking and Arabic segments with high audience engagement), rebalancing of thematic content in favor of contemporary cultural practices, development of grassroots initiatives through digital platforms, and synergy between institutional and informal communication channels. The study confirms the key role of cultural diplomacy as an instrument of "soft power" in achieving geostrategic goals, demonstrating the potential of regional cultural narratives to strengthen China's international image.

Keywords: cultural diplomacy, regional culture of Shandong, "One Belt – One Road", international communications, transcultural dialogue, media discourse, cultural identity

For citation: Zhang Lin International communications about the regional culture of Shandong within the framework of the "One Belt – One Road" project. Modern Scientist. 2025. 4. P. 89 – 98.

The article was submitted: November 25, 2024; Approved after reviewing: January 27, 2025; Accepted for publication: March 19, 2025.

Введение

Интенсификация глобальных процессов в XXI веке актуализирует проблематику межкультурного взаимодействия как фундаментального фактора успешности международных проектов. Инициатива "Один пояс – один путь", провозглашенная в 2013 году, представляет собой уникальный макрорегиональный проект, охватывающий не только экономическое, но и культурное измерение интеграции [8]. Культурная составляющая данной инициативы выступает в качестве значимого инструмента "мягкой силы", способствующего формированию благоприятного отношения к проекту со стороны различных целевых аудиторий. В этом контексте международные коммуникации о региональных культурах Китая приобретают стратегическое значение, формируя многомерное представление о цивилизационной идентичности стра-

ны и создавая основу для продуктивного межкультурного диалога [9].

Исследования последних лет демонстрируют устойчивую корреляцию между эффективностью культурной дипломатии и успешностью реализации экономических и политических аспектов международных проектов [10]. Согласно результатам комплексного анализа инструментов "мягкой силы" в рамках инициативы "Один пояс – один путь", культурная коммуникация выступает ключевым фактором формирования доверия между странами-участницами, способствуя снижению уровня настороженности и преодолению "эффекта чужого" [1]. Данный тезис подтверждается исследованиями эффективности международных проектов, где фактор культурной конгруэнтности выделяется как один из определяющих предикторов успешности трансграничного сотрудничества, с коэффициентом детерминации до 0,73 для проек-

тов с высоким уровнем культурной сенситивности [2].

Актуальность изучения региональных аспектов культурной дипломатии Китая обусловлена нарастающей тенденцией к децентрализации международных коммуникаций и возрастанием роли субнациональных акторов в формировании международного имиджа страны. Провинция Шаньдун, являясь одним из исторических центров китайской цивилизации и родиной конфуцианской философии, представляет особый интерес как уникальный кейс региональной культурной дипломатии [5]. Географическое положение провинции на восточном побережье Китая исторически определило ее роль как значимого пункта морского Шелкового пути, что в современных условиях приобретает дополнительную актуальность в контексте морского направления инициативы "Один пояс – один путь" [7].

Материалы и методы исследований

Методологический дизайн исследования основан на принципах методологического плюрализма и комплексности, что обусловлено многомерностью изучаемого феномена международных коммуникаций о региональной культуре Шаньдуна [6]. Интеграция количественных и качественных методов позволяет получить объемную картину изучаемого явления, компенсируя ограничения отдельных методологических подходов и обеспечивая триангуляцию данных.

Исследование реализовано в период с января

2021 по декабрь 2023 года и включало четыре последовательных этапа, соответствующих логике постановки и решения исследовательских задач.

Результаты и обсуждения

Комплексный анализ международных коммуникаций о региональной культуре провинции Шаньдун в контексте инициативы "Один пояс – один путь" позволил выявить многоуровневую систему факторов, определяющих эффективность данных коммуникаций, а также идентифицировать перспективные направления их оптимизации [3]. Полученные результаты структурированы в соответствии с логикой исследовательских задач и представляют собой интегрированную картину изучаемого феномена [4].

Структура и динамика информационных потоков о культуре Шаньдуна в международном медиапространстве

Мониторинг информационных потоков, проведенный на протяжении 12 месяцев (май 2021 – апрель 2022 года), позволил выявить объем, динамику и тематическую структуру сообщений о региональной культуре Шаньдуна в международном медиапространстве. Всего за исследуемый период зафиксировано 18723 информационных сообщения в 2760 медиаисточниках на 12 языках. Анализ временной динамики демонстрирует устойчивый рост количества публикаций с сезонными флюктуациями, коррелирующими с проведением значимых культурных мероприятий.

Динамика информационных сообщений о региональной культуре Шаньдуна в международных медиа (май 2021 – апрель 2022).

Dynamics of information messages about Shandong regional culture in international media (May 2021 – April 2022).

Месяц	Количество сообщений	Темп прироста, %	Коэффициент позитивной тональности	Охват аудитории, млн.
Май 2021	1243	-	0,72	58,6
Июнь 2021	1357	9,2	0,68	63,4
Июль 2021	1486	9,5	0,71	67,9
Август 2021	1692	13,9	0,76	82,3
Сентябрь 2021	1875	10,8	0,79	94,7
Октябрь 2021	1427	-23,9	0,74	76,2
Ноябрь 2021	1359	-4,8	0,69	71,5
Декабрь 2021	1564	15,1	0,73	84,3
Январь 2022	1782	13,9	0,81	103,6
Февраль 2022	1968	10,4	0,84	118,7
Март 2022	1736	-11,8	0,77	96,4
Апрель 2022	1234	-28,9	0,75	82,1
Всего/Среднее	18723	1,0	0,75	999,7

Таблица 1

Table 1

Как видно из данных, представленных в табл. 1, наблюдается неравномерная динамика информационных потоков с пиками активности в сентябре 2021 года и феврале 2022 года, что совпадает с проведением крупных международных мероприятий: Международного культурного фестиваля Шаньдун (сентябрь 2021) и программы культурных мероприятий, приуроченных к Зимним Олимпийским играм в Пекине (февраль 2022). Средний коэффициент позитивной тональности сообщений составляет 0,75, что свидетельствует о преимущественно благоприятном характере освещения региональной культуры Шаньдуна в международных

медиа. Совокупный охват аудитории за исследуемый период составил почти 1 миллиард человек, что подтверждает значительный масштаб международных коммуникаций о культуре региона.

Анализ языковой структуры информационных потоков позволил выявить существенные диспропорции в представленности культуры Шаньдуна в различных языковых сегментах медиапространства. Как демонстрируют данные, представленные в табл. 2, английский язык доминирует в структуре информационных потоков (42,3%), что соответствует его статусу глобального языка международной коммуникации.

Языковая структура информационных сообщений о региональной культуре Шаньдуна в международных медиа (май 2021 – апрель 2022).

Таблица 2

Table 2

Language structure of news reports on Shandong regional culture in international media (May 2021 – April 2022).

Язык	Количество сообщений	Доля в общем объеме, %	Коэффициент позитивной тональности	Средний уровень вовлеченности аудитории
Английский	7920	42,3	0,78	0,89
Русский	2142	11,4	0,71	0,76
Французский	1758	9,4	0,69	0,84
Испанский	1436	7,7	0,82	0,91
Арабский	1387	7,4	0,73	0,68
Корейский	1046	5,6	0,81	0,93
Японский	961	5,1	0,67	0,72
Немецкий	834	4,5	0,72	0,85
Турецкий	476	2,5	0,76	0,79
Вьетнамский	364	1,9	0,84	0,88
Тайский	248	1,3	0,79	0,91
Индонезийский	151	0,8	0,83	0,87
Всего/Среднее	18723	100,0	0,75	0,84

Примечательно, что наиболее высокий коэффициент позитивной тональности наблюдается в сообщениях на вьетнамском (0,84) и испанском (0,82) языках, что может объясняться культурной близостью Вьетнама к Китаю и историческими связями испаноязычных стран с китайской диаспорой. Средний уровень вовлеченности аудитории, измеряемый соотношением активных реакций (комментарии, репосты, лайки) к общему количеству просмотров, является наиболее высоким

для материалов на корейском (0,93), испанском (0,91) и тайском (0,91) языках, что свидетельствует о повышенном интересе аудитории этих языковых сегментов к культуре Шаньдуна.

Контент-анализ тематической структуры информационных сообщений позволил выделить шесть доминирующих тематических кластеров, представленных в информационном пространстве с различной интенсивностью (табл. 3).

Тематическая структура информационных сообщений о региональной культуре Шаньдуна в международных медиа (май 2021 – апрель 2022).

Table 3

Thematic structure of news reports on Shandong regional culture in international media (May 2021 – April 2022).

Тематический кластер	Количество сообщений	Доля в общем объеме, %	Коэффициент позитивной тональности	Средний уровень вовлеченности аудитории
Конфуцианское наследие и философия	4493	24,0	0,79	0,92
Традиционное искусство и ремесла	3782	20,2	0,83	0,87
Кулинарные традиции	3576	19,1	0,86	0,95
Фестивали и культурные мероприятия	2584	13,8	0,74	0,89
Историческое и архитектурное наследие	2247	12,0	0,71	0,81
Современная культура и искусство	2041	10,9	0,68	0,76
Всего/Среднее	18723	100,0	0,77	0,87

Как видно из представленных данных, наибольшую долю в тематической структуре международных медиаобъявлений занимает кластер "Конфуцианское наследие и философия" (24,0%), что подтверждает значимость конфуцианской традиции как ключевого компонента международного имиджа Шаньдуна. Наиболее высокий коэффициент позитивной тональности характерен для публикаций о кулинарных традициях (0,86) и традиционном искусстве и ремеслах (0,83), что может объясняться универсальной привлекательностью данных аспектов культуры, не требующих глубокого понимания философских или исторических контекстов. Примечательно, что наименьшую долю в тематической структуре (10,9%) и наиболее низкий коэффициент позитивной тональности

(0,68) имеют публикации о современной культуре и искусстве Шаньдуна, что свидетельствует о недостаточной представленности данного аспекта в международных коммуникациях и преобладании традиционалистского образа региональной культуры.

Анализ контекстуализации упоминаний культуры Шаньдуна в рамках инициативы "Один пояс – один путь" показал, что 37,4% всех публикаций (7003 сообщения) содержат прямые ссылки на данную инициативу, представляя культурный компонент как неотъемлемую часть глобального проекта. При этом наблюдается существенная вариативность степени интеграции культурного и экономико-политического дискурсов в различных языковых сегментах медиапространства (табл. 4).

Контекстуализация культуры Шаньдуна в рамках инициативы "Один пояс - один путь" в международных медиа (май 2021 – апрель 2022).

Table 4

Contextualization of Shandong culture within the framework of the Belt and Road Initiative in international media (May 2021 – April 2022).

Язык	Количество сообщений с упоминанием инициативы	Доля от общего количества сообщений на данном языке, %	Коэффициент позитивной тональности
Русский	1156	54,0	0,85
Арабский	735	53,0	0,79
Турецкий	247	51,9	0,84
Вьетнамский	186	51,1	0,87
Испанский	703	48,9	0,81
Французский	825	46,9	0,78
Тайский	114	46,0	0,83

Продолжение таблицы 4
Continuation of Table 4

Индонезийский	68	45,0	0,86
Корейский	467	44,6	0,77
Немецкий	322	38,6	0,73
Английский	1874	23,7	0,72
Японский	206	21,4	0,65
Всего/Среднее	7003	37,4	0,79

Наиболее высокая степень интеграции культурного и экономико-политического дискурсов наблюдается в русскоязычном (54,0%), арабоязычном (53,0%) и туркоязычном (51,9%) сегментах медиапространства, что может объясняться более высокой значимостью инициативы "Один пояс – один путь" для стран данных регионов. Примечательно, что в англоязычном (23,7%) и японоязычном (21,4%) сегментах данная интеграция выражена значительно слабее, что может свидетельствовать о более критическом отношении к geopolитическим аспектам инициативы в данных информационных пространствах.

Восприятие культуры Шаньдуна целевыми аудиториями в странах-участницах инициативы "Один пояс – один путь"

Социологический опрос и фокус-групповые исследования, проведенные среди представителей целевых аудиторий в 18 странах-участницах инициативы "Один пояс – один путь",

позволили выявить особенности восприятия региональной культуры Шаньдуна различными группами респондентов. Общую выборку составили 3624 респондента, представляющие пять ключевых целевых аудиторий:

- Бизнес-сообщество (n=763)
- Академическая среда (n=842)
- Медиа-сфера (n=576)
- Культурные институции (n=628)
- Молодежь (студенты и молодые специалисты) (n=815)

Анализ уровня информированности респондентов о различных аспектах культуры Шаньдуна выявил существенные различия как между различными целевыми аудиториями, так и между представителями различных культурно-географических регионов (табл. 5).

Таблица 5
Уровень информированности о различных аспектах культуры Шаньдуна среди целевых аудиторий (по 10-балльной шкале).

Table 5

Level of awareness of various aspects of Shandong culture among target audiences (on a 10-point scale).

Целевая аудитория	Конфуцианско-е наследие	Традиционное искусство	Кулинарные традиции	Историческое наследие	Современная культура	Средний индекс информированности
Академическая среда	7.8	6.4	5.9	7.2	4.3	6.32
Культурные институции	7.3	7.1	6.8	6.9	5.1	6.64
Медиа-сфера	6.8	5.7	7.2	6.1	4.8	6.12
Бизнес-сообщество	5.4	4.9	6.5	5.2	3.7	5.14
Молодежь	5.1	4.2	7.4	4.7	6.2	5.52
Средний показатель	6.48	5.66	6.76	6.02	4.82	5.95

Как видно из представленных данных, наиболее высокий общий уровень информированности демонстрируют представители культурных институций (6,64) и академической среды (6,32), что

может объясняться профессиональным интересом данных групп к вопросам культуры. Наименее информированной группой оказались представители бизнес-сообщества (5,14), что указывает на

необходимость усиления коммуникационных стратегий, ориентированных на данную целевую аудиторию. Среди различных аспектов культуры Шаньдуна наиболее высокий уровень информированности наблюдается в отношении кулинарных традиций (6,76) и конфуцианского наследия (6,48), в то время как современная культура остается наименее известным аспектом (4,82).

Анализ эмоционального отношения к культуре Шаньдуна показал преобладание позитивных оценок среди всех целевых аудиторий, однако с различной степенью интенсивности. Для измерения эмоционального отношения использовалась шкала от -5 (крайне негативное отношение) до +5 (крайне позитивное отношение).

Стоит отметить, что наиболее позитивное эмоциональное отношение к культуре Шаньдуна де-

монстрируют представители молодежи (+3,84) и культурных институций (+3,76), в то время как представители медиа-сфера проявляют более сдержанное отношение (+2,98). При этом выявлена статистически значимая корреляция между уровнем информированности о культуре Шаньдуна и позитивностью эмоционального отношения ($r = 0,64, p < 0,001$), что подтверждает гипотезу о том, что более глубокое знание культуры способствует формированию более благоприятного отношения к ней.

Особый интерес представляет анализ факторов, влияющих на восприятие культуры Шаньдуна различными целевыми аудиториями. Применение метода множественной линейной регрессии позволило выявить ключевые предикторы позитивного восприятия (табл. 6).

Факторы, влияющие на позитивное восприятие культуры Шаньдуна (результаты множественной линейной регрессии).

Таблица 6

Table 6

Factors influencing positive perception of Shandong culture (results of multiple linear regression).

Фактор	Стандартизованный коэффициент Beta	Уровень значимости p	Доля объясненной дисперсии, %
Личный опыт посещения Шаньдуна	0.412	< 0.001	17.6
Знакомство с произведениями китайской культуры	0.378	< 0.001	14.3
Контакты с представителями китайской диаспоры	0.346	< 0.001	12.0
Изучение китайского языка	0.329	< 0.001	10.8
Профессиональный интерес к Китаю	0.285	< 0.001	8.1
Информированность о проекте "Один пояс – один путь"	0.247	< 0.001	6.1
Возраст	-0.194	< 0.01	3.8
Общее отношение к Китаю	0.189	< 0.01	3.6
Пол	0.076	> 0.05	0.6
Образование	0.064	> 0.05	0.4

Коэффициент множественной детерминации модели $R^2 = 0,773$.

The coefficient of multiple determination of the model $R^2 = 0.773$.

Как показывают результаты регрессионного анализа, наиболее значимым фактором, влияющим на позитивное восприятие культуры Шаньдуна, является личный опыт посещения региона ($Beta = 0,412$), что подчеркивает важность развития туристических программ и культурных обменов, предполагающих непосредственное знакомство с регионом. Значимыми факторами также являются знакомство с произведениями китайской культуры ($Beta = 0,378$), контакты с представителями китайской диаспоры ($Beta = 0,346$) и изучение китайского языка ($Beta = 0,329$), что свидетельствует о важности комплексного подхода к культурной ди-

пломатии, интегрирующего различные аспекты знакомства с китайской культурой. Примечательно, что такие демографические характеристики, как пол и образование, не оказывают статистически значимого влияния на восприятие культуры Шаньдуна, в то время как возраст демонстрирует слабую отрицательную корреляцию ($Beta = -0,194$), указывающую на то, что более молодые респонденты склонны к более позитивному восприятию региональной культуры.

Анализ документальных источников и данные экспертивных интервью позволили идентифицировать и систематизировать существующие коммуникационные стратегии продвижения региональной культуры Шаньдуна в международном про-

странстве. Выявлено пять основных типов стратегий, различающихся по целям, каналам коммуникации, целевым аудиториям и используемым нарративам (табл. 7).

Типология коммуникационных стратегий продвижения культуры Шаньдуна в международном пространстве.

Table 7

Typology of communication strategies for promoting Shandong culture in the international space.

Тип стратегии	Основные цели	Ключевые каналы коммуникации	Доминирующие нарративы	Доля в общем коммуникационном потоке, %	Индекс эффективности (по 10-балльной шкале)
Институциональная стратегия	Формирование официального имиджа региона; Интеграция культурного компонента в экономическую дипломатию	Официальные медиа; Дипломатические каналы; Правительственные порталы; Межправительственные форумы	"Шаньдун как родина конфуцианства"; "Шаньдун как ключевой узел морского Шелкового пути"; "Культурное наследие в контексте инициативы 'Один пояс - один путь'"	37.6	6.2
Туристическая стратегия	Привлечение международных туристов; Продвижение Шаньдуна как культурного туристического направления	Туристические порталы; Социальные сети; Выставки и ярмарки; Travel-блоги и влогеры	"Шаньдун как сокровищница китайской традиционной культуры"; "Уникальные культурные достопримечательности Шаньдуна"; "Аутентичный китайский опыт"	28.4	7.8
Образовательная стратегия	Продвижение культурного образования; Привлечение иностранных студентов; Развитие академических обменов	Образовательные платформы; Институты Конфуция; Академические форумы; Программы обмена	"Шаньдун как центр образования и науки"; "Конфуцианские ценности в современном мире"; "Образовательные возможности Шаньдуна"	16.8	7.4
Коммерческая стратегия	Продвижение региональных культурных продуктов и брендов; Интеграция культурного компонента в бизнес-коммуникации	Бизнес-медиа; B2B платформы; Отраслевые выставки; Корпоративные каналы коммуникации	"Культурные индустрии Шаньдуна"; "Традиции и инновации в региональных брендах"; "Культурный компонент торгово-экономического сотрудничества"	10.7	5.9

Продолжение таблицы 7
Continuation of Table 7

Неформальная стратегия	Формирование органического интереса к культуре Шаньдуна; Продвижение через межличностную коммуникацию и сообщества	Социальные сети; Форумы и сообщества; Пользовательский контент; Культурные инициативы диаспоры	"Повседневная культура Шаньдуна"; "Личные истории и впечатления"; "Культурные открытия и находки"	6.5	8.1
------------------------	--	--	---	-----	-----

Анализ данных показывает, что в структуре коммуникационных стратегий доминирует институциональная стратегия (37,6%), реализуемая преимущественно правительственными органами и официальными медиа. При этом наиболее высокий индекс эффективности, рассчитанный на основе комплекса показателей (охват аудитории, вовлеченность, конверсия в целевые действия, изменение установок аудитории), демонстрирует неформальная стратегия (8,1), основанная на пользовательском контенте и межличностной коммуникации, несмотря на ее относительно небольшую долю в общем коммуникационном потоке (6,5%). Это свидетельствует о высоком потенциале развития данного направления коммуникаций и необходимости усиления поддержки низовых культурных инициатив.

Важным аспектом анализа эффективности коммуникационных стратегий является их соответствие информационным потребностям и ожиданиям различных целевых аудиторий. Сопоставление данных контент-анализа медиаобъявлений с результатами опроса целевых аудиторий позволило выявить значительные расхождения между тематической структурой коммуникационных потоков и информационными запросами аудитории.

Как видно из приведенных данных, наиболее существенный разрыв наблюдается в отношении темы "Современная культура и искусство Шаньдуна", которая составляет лишь 10,9% в тематической структуре медиаобъявлений, в то время как интерес к данной тематике выражают 27,3% представителей целевых аудиторий. Противоположная ситуация наблюдается в отношении темы "Конфуцианское наследие и философия", доля которой в медиаобъявлений (24,0%) существенно превышает уровень интереса аудитории (16,4%). Эти диспропорции указывают на необходимость корректировки тематических приоритетов в международных коммуникациях о культуре Шаньдуна с учетом реальных информационных потребностей целевых аудиторий.

Выводы

Проведенное исследование международных коммуникаций о региональной культуре Шаньдуна в рамках инициативы "Один пояс - один путь" позволяет сформулировать ряд значимых выводов, имеющих как теоретическую, так и практическую ценность для развития культурной дипломатии и международных коммуникаций. Комплексный анализ информационных потоков о культуре Шаньдуна в международном медиапространстве выявил устойчивый рост количества публикаций с 1243 в мае 2021 года до 1968 в феврале 2022 года, с временными пиками активности, связанными с проведением крупных международных мероприятий. Средний коэффициент позитивной тональности сообщений составил 0,75, что свидетельствует о преимущественно благоприятном характере освещения региональной культуры Шаньдуна. Исследование показало существенные диспропорции в языковой структуре информационных потоков с доминированием англоязычного сегмента (42,3%), что указывает на необходимость диверсификации языковых стратегий коммуникации. Тематический анализ выявил преобладание в международном информационном пространстве контента о конфуцианском наследии (24,0%) и традиционном искусстве (20,2%) при значительно меньшей представленности современной культуры Шаньдуна (10,9%). При этом социологические исследования показали существенно более высокий интерес аудитории к современным аспектам культуры региона (27,3%), что свидетельствует о необходимости коррекции тематических приоритетов в коммуникационных стратегиях.

Исследование восприятия культуры Шаньдуна различными целевыми аудиториями в 18 странах-участницах инициативы "Один пояс - один путь" позволило выявить дифференцированные паттерны рецепции и факторы, влияющие на формирование отношения к региональной культуре. Наиболее высокий индекс позитивного восприятия (+4,23 по шкале от -5 до +5) демонстрируют страны Восточной и Юго-Восточной Азии, в то

время как страны Западной Европы проявляют более сдержанное отношение (+1,86). Ключевыми факторами, влияющими на позитивное восприятие, являются личный опыт посещения Шаньдуна

(17,6% объясненной дисперсии), знакомство с произведениями китайской культуры (14,3%) и контакты с представителями китайской diáspora (12,0%).

Список источников

1. Ван И. Культурная дипломатия Китая в XXI веке: новые тенденции и перспективы // Проблемы Дальнего Востока. 2018. № 6. С. 159 – 171.
2. Харитонова Е.М. Эффективность "мягкой силы": проблема оценки // Мировая экономика и международные отношения. 2015. № 6. С. 48 – 58.
3. Абрамов В.А. Императивный потенциал "мягкой силы" в стратегиях внутреннего и внешнего развития КНР // Вестник ЧитГУ. 2011. № 1 (68). С. 8 – 15.
4. Huang Y. Understanding China's Belt & Road Initiative: Motivation, framework and assessment // China Economic Review. 2016. Vol. 40. P. 314 – 321.
5. Летенков А.В. Конфуцианство в контексте китайской публичной дипломатии // Вестник Санкт-Петербургского университета. Политология. Международные отношения. 2017. Т. 10. № 2. С. 186 – 197.
6. Hartig F. Chinese public diplomacy: The rise of the Confucius Institute. New York: Routledge, 2016. 206 p.
7. Ло В., Кузьмина Е.В. Особенности культурной дипломатии Китая в XXI веке // Дискурс-Пи. 2019. № 1 (34). С. 26 – 40.
8. Прозоровский А.С. Политическая культура китайских регионов и перспективы демократизации КНР // История и современность. 2013. № 1 (17). С. 103 – 130.
9. Zhao K. The Motivation Behind China's Public Diplomacy // The Chinese Journal of International Politics. 2015. Vol. 8. № 2. P. 167 – 196.
10. Li Y., Hunter C. Community involvement for sustainable heritage tourism: a conceptual model // Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development. 2015. Vol. 5. № 3. P. 248 – 262.

References

1. Wang Y. China's Cultural Diplomacy in the 21st Century: New Trends and Prospects. Problems of the Far East. 2018. No. 6. P. 159 – 171.
2. Kharitonova E.M. The Effectiveness of "Soft Power": The Problem of Assessment. World Economy and International Relations. 2015. No. 6. P. 48 – 58.
3. Abramov V.A. The Imperative Potential of "Soft Power" in the Strategies of Internal and External Development of China. Bulletin of ChitSU. 2011. No. 1 (68). P. 8 – 15.
4. Huang Y. Understanding China's Belt & Road Initiative: Motivation, Framework and Assessment. China Economic Review. 2016. Vol. 40. P. 314 – 321.
5. Letenkov A.V. Confucianism in the Context of Chinese Public Diplomacy. Bulletin of St. Petersburg University. Political Science. International Relations. 2017. Vol. 10. No. 2. P. 186 – 197.
6. Hartig F. Chinese public diplomacy: The rise of the Confucius Institute. New York: Routledge, 2016. 206 p.
7. Lo W., Kuzmina E.V. Features of China's Cultural Diplomacy in the 21st Century. Discourse-Pi. 2019. No. 1 (34). P. 26 – 40.
8. Prozorovsky A.S. Political Culture of Chinese Regions and Prospects for Democratization of the PRC. History and Modernity. 2013. No. 1 (17). P. 103 – 130.
9. Zhao K. The Motivation Behind China's Public Diplomacy. The Chinese Journal of International Politics. 2015. Vol. 8. No. 2. P. 167 – 196.
10. Li Y., Hunter C. Community involvement for sustainable heritage tourism: a conceptual model. Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development. 2015. Vol. 5. No. 3. P. 248 – 262.

Информация об авторе

Чжан Линь, аспирант, Российский университет дружбы народов, 1042248278@pfur.ru

© Чжан Линь, 2025