

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

ХА Да

**МЕДИАКОММУНИКАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДДЕРЖАНИЯ
ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
В БЕЛАРУСИ И РОССИИ**

Магистерская диссертация
специальность *1-23 80 11 Коммуникации*

Научный руководитель
Потребин Андрей Владимирович,
кандидат филологических наук,
доцент

Допущена к защите
«___» _____ 2020 г.
Зав. кафедрой
технологий коммуникации и связей с общественностью
Сидорская Ирина Владимировна,
доктор филологических наук, доцент

Минск, 2020

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ, ИМИДЖ СТРАНЫ, СИСТЕМА СМИ, ИНОВЕЩАНИЕ, ВЛИЯНИЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО, АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ СМИ, ОНЛАЙН-СМИ.

Объект исследования – китайские медиакommunikации в информационном пространстве Беларуси и России.

Предмет исследования – применение медиакommunikаций для поддержания позитивного имиджа Китая в информационном пространстве Беларуси и России.

Цель исследования – выявить потенциал медиакommunikаций в процессе поддержания позитивного имиджа Китая в Беларуси и России средствами китайских массмедиа.

Поставленная цель определяет **задачи** исследования:

рассмотреть влияние медиакommunikации на формирование имиджа государства;

выявить роль инновещания в продвижении положительного образа страны за рубежом средствами аудиовизуальных и онлайн-СМИ;

изучить историю и тенденции развития медиакommunikации и присутствия китайских массмедиа в информационном пространстве Беларуси и России;

определить перспективы медиакommunikации с участием китайских массмедиа в Беларуси и России.

Научная новизна и актуальность. В диссертации исследована роль китайских массмедиа, направленных на зарубежную аудиторию, в процессе формирования и поддержания позитивного имиджа КНР в Беларуси и России. Обоснованы функциональный потенциал и характеристики медиакommunikации для информационного обеспечения имиджевой политики Китая.

Общий объём работы – 76 страниц. Работа состоит из введения, двух глав, включающих 4 раздела, заключения и списка использованных источников (62 источника и 10 проанализированных медиа).

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

Keywords: MEDIA COMMUNICATIONS, COUNTRY IMAGE, MEDIA SYSTEM, BROADCASTING, INFLUENCE, INFORMATION AGENCY, AUDIO-VISUAL MEDIA, ONLINE MEDIA.

Object of study - Chinese media communications in the information space of Belarus and Russia.

The subject of the study is the use of media communications to maintain a positive image of China in the information space of Belarus and Russia.

The purpose of the study is to identify the potential of media communications in the process of maintaining a positive image of China in Belarus and Russia by means of Chinese mass media.

The goal defines the objectives of the study:

to consider the influence of media communication on the formation of the image of the state;

to identify the role of broadcasting in promoting a positive image of a country abroad by means of audio-visual and online media;

to study the history and development trends of media communication and the presence of Chinese mass media in the information space of Belarus and Russia;

to determine the prospects of media communication with the participation of Chinese mass media in Belarus and Russia.

Research methods: generalization, abstraction, description. historical analysis, synthesis and comparative analysis.

Scientific novelty and relevance. The dissertation explores the role of Chinese mass media aimed at foreign audiences in the process of forming and maintaining a positive image of China in Belarus and Russia. The functional potential and characteristics of media communication for information support of China's image policy are substantiated.

The total amount of work is 76 pages. The work consists of an introduction, two chapters, including 4 sections, a conclusion and a bibliographic list (62 sources and 10 media analyzed).

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ, імідж краіны, СІСТЭМА СМІ, ИНОВЕЩАНИЕ, УПЛЫЎ, ИНФАРМАЦЫЙНАЕ Агенцтва, АЎДЫЁВІЗУАЛЬНЫЯ СМІ, ОНЛАЙН-СМІ.

Аб'ект даследавання - кітайскія медыякомунікацыі ў інфармацыйнай прасторы Беларусі і Расіі.

Прадмет даследавання - ужыванне медыякомунікацый для падтрымання пазітыўнага іміджу Кітая ў інфармацыйнай прасторы Беларусі і Расіі.

Мэта даследавання - выявіць патэнцыял медыякомунікацый ў працэсе падтрымання пазітыўнага іміджу Кітая ў Беларусі і Расіі сродкамі кітайскіх масмедыя.

Пастаўленая мэта вызначае задачы даследавання:

разгледзець ўплыў медыякомунікацыі на фарміраванне іміджу дзяржавы;

выявіць ролю іновешчання ў прасоўванні станоўчага вобразу краіны за мяжой сродкамі аўдыёвізуальных і онлайн-СМІ;

вывучыць гісторыю і тэндэнцыі развіцця медыякомунікацыі і прысутнасці кітайскіх масмедыя ў інфармацыйнай прасторы Беларусі і Расіі;

вызначыць перспектывы медыякомунікацыі з удзелам кітайскіх масмедыя ў Беларусі і Расіі.

Навуковая навізна і актуальнасць. У дысертацыі даследавана ролю кітайскіх масмедыя, накіраваных на замежную аўдыторыю, у працэсе фарміравання і падтрымання пазітыўнага іміджу КНР у Беларусі і Расіі. Абгрунтаваныя функцыянальны патэнцыял і характарыстыкі медыякомунікацыі для інфармацыйнага забеспячэння іміджавай палітыкі Кітая.

Агульны аб'ём працы - 76 старонак. Работа складаецца з ўвядзення, двух кіраўнікоў, якія ўключаюць 4 раздзелы, заключэння і спісу выкарыстаных крыніц (62 крыніцы і 10 прааналізаваных медыя).