

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

ЧЭН ЦЗИНИ

ИССЛЕДОВАНИЕ ПУБЛИКАЦИЙ О КНР В БЕЛОРУССКИХ СМИ
С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СОЗДАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА

Магистерская диссертация
АННОТАЦИЯ

специальность 1-23 80 11 Коммуникации

Научный руководитель:
Гулюк Михаил Арисович
кандидат исторических наук,
доцент

Минск, 2020

АННОТАЦИЯ

В последние годы экономики Китая и Беларуси быстро развивались, и отношения между двумя странами приобретают все больший энтузиазм. Отношения всестороннего сотрудничества и взаимопомощи между двумя странами отражаются не только в жестких силах, таких как политика и экономика, но и в мягкой силе, такой как социальная культура. Национальный имидж принадлежит к некой «мягкой силе», поэтому белорусские СМИ влияют на отношение белорусского народа к Китаю, формируя распространение имиджа Китая. С ростом популярности Интернета новостные сайты играют в этом отношении важную роль. Раньше у белорусского журналистского сообщества было относительно мало исследований национального имиджа Китая, а существующие исследования были устаревшими. Поэтому в данной статье в качестве объекта исследования взяты две самые популярные газеты в белорусских СМИ, а в качестве примера взят последний отчет за 2020 год для анализа того, как белорусские СМИ видят Китай.

Цель магистерской диссертации - описать ситуацию между Китаем и Беларусью, текущее состояние белорусских СМИ.

Конкретное содержание исследования заключается в следующем. Во-первых, в документе кратко описывается ситуация между Китаем и Беларусью и текущее состояние белорусских СМИ. Во-вторых, в данной статье проводится количественный анализ выборки и используются статистические методы, чтобы увидеть общую тенденцию освещения белорусскими СМИ в 2020 году. В то же время проводится предварительный анализ каждой темы. После этого эта статья начинается с результатов анализа, анализирует репрезентативные тексты и получает наиболее распространенные дискурсы о Китае из белорусских СМИ на основе структуры текста и ключевых слов. Наконец, в этой статье объясняются характеристики белорусских газет и сетей в процессе представления имиджа Китая и, таким образом, даются некоторые предложения по управлению СМИ и отчетам в стране, где находится автор.

Ключевые слова: национальный имидж, международная коммуникация, Беларусь, один пояс, один путь.