

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

ЛЮЙ
Жоянь

**ИМИДЖ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ПАРКА
«ВЕЛИКИЙ КАМЕНЬ» В МЕДИАСФЕРЕ БЕЛАРУСИ**

Магистерская диссертация
специальность *1-23 80 11 Коммуникации*

Научный руководитель –
Морозова Екатерина Юрьевна,
кандидат экономических наук, доцент

Допущена к защите
«_____» _____ 2022 г.
Зав. кафедрой
технологий коммуникации и связей с общественностью
_____ Лукьянюк Юлия Николаевна,
кандидат филологических наук, доцент

Минск, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ	3
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ.....	4
ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1. СПЕЦИФИКА ПОСТРОЕНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ МЕДИАРИЛЕЙШНЗ	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 Формирование имиджа организации: теоретико-методологический аспект	Ошибка! Закладка не определена.
1.2 Особенности позиционирования индустриальных парков (опыт Китайской Народной Республики).....	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 2. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИМИДЖА ИНДУСТРИАЛЬНОГО ПАРКА «ВЕЛИКИЙ КАМЕНЬ» В МЕДИАСФЕРЕ БЕЛАРУСИ...	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Характеристика основных компонентов имиджа Индустриального парка «Великий камень» в Республике Беларусь	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Специфика репрезентации имиджа Индустриального парка «Великий камень» в текстах интернет-ресурсов «Belta.by», Sb.by в 2019–2021 гг.	Ошибка! Закладка не определена.
2.3 Специфика подачи информации, связанной с деятельностью Индустриального парка «Великий камень», на официальном сайте Министерства экономики Республики Беларусь «Economy.gov.by» в 2019–2021 гг.	Ошибка! Закладка не определена.
2.4 Основные концепты по тематике Индустриального парка «Великий камень» в текстах белорусских печатных медиа в 2019–2021 гг.	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 3. ОСНОВНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ПАРКА «ВЕЛИКИЙ КАМЕНЬ»	Ошибка! Закладка не определена.
3.1 Основные направления информационной политики Индустриального парка «Великий камень»	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Основные направления в работе с корпоративным сайтом «Industrialpark.by»	Ошибка! Закладка не определена.

3.3 Рекомендации по использованию инструментов медиарилейшнз при формировании имиджа Индустриального парка «Великий камень»..... **Ошибка! Закладка не определена.**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ**Ошибка! Закладка не определена.**

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**Ошибка! Закладка не определена.**

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ

ГКНТ – Государственный комитет по науке и технологиям Государственного совета Китайской Народной Республики.

ЕС – Европейский Союз.

ЕАЭС – Евразийский Экономической Союз.

ЗАО – закрытое акционерное общество.

ЗТЭР – зона технико-экономического развития.

ИПНВТ – индустриальный парк новых и высоких технологий. Специальная территория, на которой производственные и иные предприятия объединены общей инфраструктуры и взаимной кооперацией. Приоритетное право на размещение на данной территории получают предприятия с производственным циклом на основе новых и высоких технологий. Сконцентрированные на одной территории предприятия используют единую инженерную инфраструктуру – энергообъекты, электросети, теплосети, водные объекты, канализацию и очистные сооружения, сети связи, охрану и пр., и тем самым экономят на инфраструктурных издержках.

КАОН – Китайская академия общественных наук.

КНР – Китайская Народная Республика.

КПК – Коммунистическая партия Китая.

НАНБ – Национальная академия наук Беларуси.

СЗАО – совместное закрытое акционерное общество.

СМИ – средства массовой информации.

СМК – средства массовой коммуникации.

СЭЗ – специальные экономические зоны.

ЭПШП («Экономический пояс Шелкового пути») – проект по формированию единого евроазиатского торгово-экономического пространства и трансконтинентального транспортного коридора. Название дано в честь древнего Шелкового пути (караванный маршрут, соединявший Китай и Европу через Центральную Азию; функционировал со II в. до н. э. по XV в.).

ЦК – Центральный Комитет.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ПАРК «ВЕЛИКИЙ КАМЕНЬ», РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИМИДЖА, МЕДИАСФЕРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ, ИНСТРУМЕНТЫ МЕДИАРИЛЕЙШНЗ, ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА.

Объект исследования – имидж индустриального парка «Великий камень».

Предмет исследования – материалы и публикации в средствах массовой информации, касающиеся индустриального парка «Великий камень».

Цель работы – изучить особенности репрезентации имиджа Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» в медиасфере Беларуси.

Задачи работы:

1. Выявить теоретические основы формирования имиджа организации.
2. Проанализировать особенности позиционирования индустриальных парков в Китайской Народной Республике.
3. Охарактеризовать основные компоненты имиджа Индустриального парка «Великий камень» в Республике Беларусь.
4. Осмыслить специфику репрезентации имиджа Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» в текстах государственных интернет-ресурсов «Belta.by» и «Sb.by».
5. Исследовать особенности подачи информации, связанной с деятельностью Парка «Великий камень», на официальном сайте Министерства экономики Республики Беларусь «Economy.gov.by» в 2019-2021 гг.
6. Проанализировать основные концепты по тематике Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» в текстах белорусских печатных медиа в 2019–2021 гг.
7. Исследовать особенности информационной политики Индустриального парка «Великий камень».
8. Охарактеризовать основные направления в работе с корпоративным сайтом «industrialpark.by».
9. Предложить рекомендации по проведению информационной политики индустриального парка «Великий камень» и по использованию инструментов медиарилейшнз при формировании имиджа Парка.

Полученные результаты: результаты исследования могут быть использованы пресс-службой индустриального парка «Великий камень» и PR-специалистами для эффективного использования инструментов медиарилейшнз.

Научная новизна: исследовано отражение имиджа индустриального парка «Великий камень» в медиасфере Беларуси.

Магистерская диссертация содержит 79 страниц и состоит из перечня условных обозначений, общей характеристики, введения, трех глав, включающих девять разделов, заключения, списка использованных источников из 106 наименований.

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

INDUSTRIAL PARK «GREAT STONE», IMAGE REPRESENTATION, THE MEDIA SPHERE OF THE REPUBLIC OF BELARUS, MEDIA RELATIONS TOOLS, INFORMATION POLICY.

The object of the study is the image of the industrial park "Great Stone".

The subject of the study is materials and publications in the media regarding the industrial park "Great Stone".

The purpose of the work is to study the features of the representation of the image of the Chinese-Belarusian industrial park "Great Stone" in the media sphere of Belarus.

Work tasks:

1. To reveal the theoretical foundations of the formation of the organization's image.
2. Analyze the features of the positioning of industrial parks in the People's Republic of China.
3. To characterize the main components of the image of industrial park "Great Stone" in the Republic of Belarus.
4. To comprehend the specifics of the representation of the image of the Chinese-Belarusian industrial park "Great Stone" in the texts of the state Internet resources "belta.by" and "Sb.by".
5. To explore the features of presenting information related to the activities of the industrial park "Great Stone" on the official website of the Ministry of Economy of the Republic of Belarus "Economy.gov.by" in 2019-2021.
6. To analyze the main concepts on the subject of the Chinese-Belarusian industrial park "Great Stone" in the texts of the Belarusian print media in 2019–2021.
7. To study the features of the information policy of the industrial park "Great Stone".
8. Describe the main directions in working with the corporate site "industrialpark.by".
9. To offer recommendations on the implementation of the information policy of the industrial park "Great Stone" and on the use of media relations tools in the formation of the image of the Park.

Results obtained: the results of the study can be used both by the press service of the industrial park "Great Stone" and PR specialists of other organizations for more efficient use of media relations tools.

Scientific novelty: the reflection of the image of the industrial park "Great Stone" in the media sphere of Belarus has been studied.

The master's thesis contains 79 pages and consists of a list of symbols, a general description, an introduction, three chapters, including nine sections, a conclusion, a list of references from 106 titles.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время Китайско-Белорусский индустриальный парк «Великий камень» (далее – Парк) является одним из самых успешных проектов стратегического партнерства Китайской Народной Республики (КНР) и Республики Беларусь. Огромный интерес, проявляемый к Парку в белорусской медиасфере, обусловлен тем, что, как показывает мировая практика, индустриальные парки новых и высоких технологий оказывают большое влияние на развитие промышленности и экономики. В частности, их роль была высоко оценена в процессе реализации политики «реформ и открытости» в КНР в конце XX – начале XXI вв., а также в ходе модернизации экономической модели Индии, Бангладеш, Таиланда, Малайзии и др. государств.

«Великий камень» является одним из самых больших индустриальных парков, созданных КНР за рубежом, а также ключевым инвестиционным проектом китайско-белорусских связей в последние три десятилетия. Территориально Парк находится на границе крупнейших интеграций – Европейского Союза (ЕС) и Евразийского Экономического Союзов (ЕАЭС), а также располагается по маршруту «Экономического пояса Шелкового пути», который является важной частью глобальной интеграционной инициативы «Один пояс – один путь» (проект, призванный соединить КНР торгово-логистическими маршрутами со 130 странами на четырех континентах). Немаловажно и то, что в последние годы Парк стал научной и технологической базой для реализации инновационных проектов. Это дает основания специалистам, которые активно презентуют Парк в белорусских медиа, а также на сайтах государственных ведомств и организаций, называть его «жемчужиной нового Великого Шелкового пути», «сухопутным портом» и т. д.

Вместе с тем, хотя совместный успех КНР и Беларуси в создании индустриального парка «Великий камень» очевиден, необходимо приложить еще много усилий для более эффективной репрезентации имиджа Парка в медиасфере Беларуси, в целевых группах и в общественном сознании. В данном случае под репрезентацией понимается воспроизведение виденного, слышанного, прочувствованного человеком с возможными изменениями представляемой информации вследствие влияния времени, состояния памяти, эмоционального расположения в момент первичного восприятия информации и других психологических и физических факторов. Так как речь идет о внутренних структурах, формирующихся в процессе жизни человека, то в контексте данного исследования приоритетными являются те источники информации, которые оказывают непосредственное влияние на возможность

воспроизведения имеющейся информации у человека как представителя целевой аудитории. Поскольку одним из наиболее популярных видов средств массовой информации (СМИ) на данный момент являются интернет-ресурсы, *научная новизна данной работы* заключается в исследовании особенностей репрезентации имиджа Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» в электронных медиа Республики Беларусь, в частности, интернет-порталах информационного агентства БЕЛТА и газеты «СБ – Беларусь сегодня», корпоративного сайта «Industrialpark.by», ведомственного сайта Министерства экономики «economy.gov.by» и др.

В современном мире формирование имиджа организации лежит в основе ее деятельности и взаимодействия с общественностью. Каждая организация, вне зависимости от сферы деятельности и формы собственности, уделяет большое внимание коммуникации с аудиторией. Формирование положительного имиджа выражает потребности не только организации, но и всего общества, и ориентируется не только на настоящее, но и на будущее. В связи с этим актуальность данного исследования обусловлена научной и практической необходимостью осмысления теоретико-методологических основ формирования имиджа организации, изучения опыта Китайской Народной Республики в позиционировании индустриальных парков новых и высоких технологий, выявления специфики репрезентации в белорусской медиасфере имиджа Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень», а также выработки рекомендаций по проведению информационной политики индустриального парка «Великий камень» и по использованию инструментов медиарилейшнз при формировании имиджа Парка.

Практическая значимость работы. Результаты проведенного исследования могут быть использованы как пресс-службой индустриального парка «Великий камень», так и PR-специалистами прочих организаций для более эффективного использования инструментов медиарелейшнз. Изучение специфики позиционирования индустриальных парков позволит государственным органам разрабатывать политику привлечения резидентов к участию в особых экономических зонах.

В ходе работы использовались следующие *методы исследования* – описательный, исторический, аналитический и обобщения.

Теоретической и методической базой исследования являются труды белорусских, российских, китайских учёных и журналистов. При проведении исследования изучались как исследования, научные и публицистические статьи, так и новостные порталы, ведомственные и корпоративные интернет-сайты.

Структура данной магистерской диссертации обусловлена характером исследования. Диссертация состоит из перечня условных обозначений, общей характеристики работы, введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы. Главы диссертации логично взаимосвязаны между собой и последовательно раскрывают тему исследования.

В первой главе проанализированы теоретико-методологические аспекты формирования имиджа организации, а также исследован опыт позиционирования Китайско-Сингапурского индустриального парка «Сучжоу», по образцу которого был создан Китайско-Белорусский индустриальный парк «Великий камень».

Во второй главе охарактеризованы основные компоненты имиджа индустриального парка «Великий камень»; проанализирована деятельность корпоративного сайта «Industrialpark.by»; выявлены основные концепты по тематике индустриального парка «Великий камень» в текстах интернет-ресурсов Belta.by, Sb.by и на официальном сайте Министерства экономики Республики Беларусь «economy.gov.by» в 2019–2021 гг.; изучены основные концепты по тематике индустриального парка «Великий камень» в текстах белорусских печатных медиа в 2019–2021 гг..

В третьей главе предложены рекомендации по проведению информационной политики и использованию инструментов медиарилейшнз при формировании имиджа индустриального парка «Великий камень».