

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

МЯО
Лэй

**ИМИДЖ БЕЛАРУСИ И КИТАЯ В СЕТЕВЫХ РЕСУРСАХ:
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

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

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ.....	3
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИМИДЖА СТРАН.....	7
1.1 Основные подходы к использованию терминологии в имиджмейкинге	7
1.2 Влияние системы массовой коммуникации на восприятие страны внешними и внутренними целевыми аудиториями ...	Ошибка! Закладка не определена.
1.3 Специфика подачи информации в Белорусских и Китайских интернет-СМИ.....	Ошибка! Закладка не определена.
1.3.1 Специфика подачи информации в белорусских интернет-СМИ.....	Ошибка! Закладка не определена.
1.3.2 Специфика подачи информации в китайских интернет-СМИ.....	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 2. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ И РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ИНТЕРНЕТ-СМИ В 2019-2021 гг.	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Репрезентация имиджа Китая в белорусских интернет-СМИ в 2019-2021 гг.	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Репрезентация имиджа Беларуси в китайских интернет-СМИ в 2019-2021 гг.	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 3. СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА КИТАЯ И БЕЛАРУСИ В ИНТЕРНЕТ-СМИ.....	Ошибка! Закладка не определена.
3.1. Стратегия продвижения положительного имиджа Китая...	Ошибка! Закладка не определена.
3.2. Стратегия продвижения положительного имиджа Беларуси	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	Ошибка! Закладка не определена.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

ИМИДЖ СТРАНЫ, МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ, СПЕЦИФИКА ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ ИНТЕРНЕТ-СМИ, ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ИМИДЖ КИТАЯ, ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ИМИДЖ БЕЛАРУСИ

Объект исследования – образы Республики Беларусь и Китайской Народной Республики как государств, с точки зрения динамичного фактора, влияющего на межгосударственные отношения, культурный обмен и социальные рамки.

Предмет исследования – материалы, публикации, данные, касающиеся различных сфер жизни Китая и Беларуси, в белорусских и китайских электронных средствах массовой информации.

Цель работы – определение основных особенностей образов Китая и Беларуси, сформированных СМИ, и их влияние на перспективы развития отношений и сотрудничества.

Задачи работы:

1. Рассмотреть основные подходы к использованию терминологии в имиджмейкинге.
2. Выявить влияние системы массовой коммуникации на восприятие страны внешними и внутренними целевыми аудиториями.
3. Изучить специфику подачи информации в белорусских и китайских интернете-СМИ.
4. Исследовать имидж Китая в белорусских интернете-СМИ в 2019-2021 гг.
5. Изучить имидж Беларуси в китайских интернете-СМИ в 2019-2021 гг.
6. Проанализировать основные перспективные направления по продвижению бренда Беларуси в медиасфере Китая.

Полученные результаты: результаты проведенного исследования могут быть использованы служащими государственных структур, в том числе дипломатами, сотрудниками средств массовой информации, представителями бизнеса и общественных организаций, а также гражданами данных государств, посещающими их в качестве туристов.

Новизна исследования: проведено исследование репрезентации Китайской Народной Республики и Республики Беларусь в интернет-СМИ в 2019-2021.

Магистерская диссертация содержит 83 страницы и состоит из общей характеристики, введения, трех глав, включающих семь разделов, заключения, списка использованных источников из 86 наименований.

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

IMAGE OF THE COUNTRY, MASS COMMUNICATION, SPECIFICITY OF SUBMISSION OF INFORMATION IN THE INTERNET-MASS MEDIA, POSITIVE IMAGE OF CHINA, POSITIVE IMAGE OF BELARUS

The object of the research is the images of the Republic of Belarus and the People's Republic of China as states from the point of view of a dynamic factor influencing interstate relations, cultural exchange and social framework.

The subject of the study is materials, publications, data relating to various spheres of life in China and Belarus, in the Belarusian and Chinese electronic media.

The purpose of the work is to determine the main features of the images of China and Belarus, formed by the media, and their influence on the prospects for the development of relations and cooperation.

Tasks of the work:

1. To consider the main approaches to the use of terminology in image-making.
2. To identify the influence of the mass communication system on the perception of the country by external and internal target audiences.
3. To study the specifics of the presentation of information in the Belarusian and Chinese Internet media.
4. To investigate the image of China in the Belarusian Internet media in 2019-2021.
5. To study the image of Belarus in Chinese online media in 2019-2021.
6. To analyze the main promising directions for promoting the brand of Belarus in the media sphere of China.

The results obtained: the results of the conducted research can be used by employees of state structures, including diplomats, employees of mass media, representatives of business and public organizations, as well as citizens of these states visiting them as tourists.

Novelty of the study: a study of the representation of the People's Republic of China and the Republic of Belarus in the Internet media in 2019-2021 was conducted.

The master's thesis contains 83 pages and consists of a general description, an introduction, three chapters, including seven sections, a conclusion, a list of sources used from 86 titles.

ВВЕДЕНИЕ

Китай и Беларуси – страны, которые становятся все более близкими. Два государства имеют свою историю отношений и взаимного участия.

Сегодня СМИ играют одну из ключевых ролей социальной коммуникации, имеют доступ к широким слоям населения, могут влиять на общественное мнение, поэтому именно от них зависит то, как общество рассматривает себя, как выглядят другие государства и общества, а также отношения между ними. Иными словами, СМИ создают образы, которые влияют на все сферы жизни, от муниципальных актов до мировой политики.

Взаимное восприятие созданного СМИ образа государств, как правило, субъективно, однако, в мире не существует любого другого показателя отношения населения к событиям, явлениям, процессам, политике и т.д. На данный момент самыми главными вопросами являются: как же все-таки белорусское общество рассматривает Китай, как китайское население относится к Беларуси? СМИ характеризуют Китай и Беларусь с положительной стороны или больше с отрицательной? И какие же перспективы в отношениях двух государств можно наблюдать?

Анализ образов Китая и Беларуси в СМИ неимоверно важен еще и с точки зрения возрастающего участия, авторитета Китая во внешней политике Беларуси. Знания о том, как народы воспринимают друг друга, помогают искоренить взаимные разногласия и недопонимание, развитию дружественных отношений между странами, в данном случае между КНР и РБ.

Благодаря изучению образов можно определить текущее состояние отношений этих двух государств, что в свою очередь поможет в построении будущих целей внешней политики, укреплению отношений, сглаживании имеющихся конфликтов и предотвращении новых.

Практическая значимость работы. Результаты проведенного исследования могут быть использованы служащими государственных структур, в том числе дипломатами, сотрудниками средств массовой информации, представителями бизнеса и общественных организаций, а также гражданами данных государств, посещающими их в качестве туристов. Изучение китайских представлений о Беларуси, изучение имиджа Китая и китайского населения в РБ, а также причин формирования такого восприятия может быть полезным при прогнозировании процессов взаимодействия между гражданами Беларуси и Китая.

Методы исследования: историко-литературный, сравнительный, аналитический.

Теоретическая база исследования: информационные сообщения, экспертные статьи, рецензии, аналитические статьи, новостные сводки, доклады, официальные речи, соглашения, исследования на русском и китайском языках. В большей мере источники, использованные для написания данной работы, были на русском и китайском языках. Среди литературы, на которую опирается данная работа, на китайском языке было выявлено столько же полезной для исследования информации, сколько и на русском. Это связано, прежде всего, с тем, что китайские авторы проводят очень много исследований и анализов по теме СМИ и государственных отношений, и результаты их исследований в виде книг и собраний можно найти в открытом доступе, так как в основном, они лишены субъективизма.

Структура работы. Диссертация состоит из общей характеристики работы, введения, трёх глав, заключения, списка источников и литературы.

В первой главе были изучены основные подходы к использованию терминологии в имиджмейкинге, влияние системы массовой коммуникации на восприятие страны внешними и внутренними целевыми аудиториями, специфику подачи информации в белорусских и китайских интернете-СМИ.

Во второй главе были изучены имидж Китая в белорусских интернет-СМИ в 2019-2021 гг.

Во третьей главе были изучены основные перспективные направления по продвижению имиджа Китая и Беларуси в интернет-СМИ.