

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

ВАН
Вэй

**ФАКТОР ИСТОРИИ СТРАНЫ
В ФОРМИРОВАНИИ СОВРЕМЕННОГО ИМИДЖА КИТАЯ**

Магистерская диссертация
специальность *1-23 80 11 Коммуникации*

Научный руководитель –
Соловьев Анатолий Иванович,
кандидат филологических 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
GENERAL DESCRIPTION OF WORK.....	4
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1 СТРАНОВОЙ ИМИДЖ: СОСТАВЛЯЮЩИЕ, РОЛЬ МЕДИА В ЕГО ФОРМИРОВАНИИ, МЕТОДОЛОГИЯ ИЗУЧЕНИЯ.....	7
1.1 Понятие странового имиджа. Составляющие имиджа страны.....	7
1.2 Медиатизация как способ формирования странового имиджа.....	13
1.3 Степень разработанности темы странового имиджа и методология анализа	25
ГЛАВА 2 ИСТОРИЧЕСКИЙ ФАКТОР В ПОСТРОЕНИИ СОВРЕМЕННОГО ИМИДЖА КИТАЯ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ.....	33
2.1 Формальный имидж Китая в контексте влияния исторических событий	33
2.2 Особенности текущего медийного обеспечения по использованию фактора истории страны в построении современного имиджа Китая.....	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	58
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	61
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	66

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

СТРАНОВОЙ ИМИДЖ; КИТАЙ; ИСТОРИЯ СТРАНЫ;
ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ; ВНЕШНЕЭКОНОМИ-
ЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Объектом исследования является современный имидж Китая.

Предмет исследования – медийная репрезентация имиджа Китая с учетом фактора истории страны.

Цель исследования – определить роль фактора исторического развития Китая в построении его современного имиджа.

Задачи исследования:

1. Раскрыть сущность понятия «страновой имидж» и его составляющие;
2. Определить роль медиатизации как основного способа формирования странового имиджа;
3. Выявить степень разработанности темы странового имиджа и подходы к методологии анализа;
4. Рассмотреть формальный имидж Китая в контексте влияния исторических событий;
5. Проанализировать особенности текущего медийного обеспечения по использованию фактора истории страны в построении современного имиджа Китая.

Полученные результаты: определены особенности странового имиджа как объекта научного изучения, выделена его структура, описаны процессы становления; обозначена методология анализа государственного имиджа с учетом фактора исторического развития страны.

Теоретическое и научно-практическое значение данной работы состоит в том, что понятие странового имиджа анализируется в контексте исторического развития страны, то есть происходит соединение политической науки и медиааналитики, что, в свою очередь, делает возможным разработку долгосрочной коммуникационной стратегии по управлению имиджем Китая, используя ресурсы интернет-медиа, как одного из ведущих факторов формирования общественного мнения на современном этапе.

Магистерская диссертация содержит 74 страницы и состоит из общей характеристики, введения, двух глав, включающих семь разделов, заключения, списка использованных источников, включающего 73 наименования, 8 приложений.

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

COUNTRY IMAGE; CHINA; HISTORY OF THE COUNTRY; FOREIGN POLITICAL ACTIVITIES; FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES

The object of the research is the modern image of China.

The subject of the research is the representation of China's image from the point of view of the country's history.

The purpose of the study is to determine the role of the factor of China's historical development in building its modern image.

Research objectives:

1. To reveal the essence of the concept of "country image" and its components;
2. To define the role of mediatization as the main way of forming a country image;
3. To identify the degree of development of the topic of the country image and approaches to the methodology of analysis;
4. To consider the formal image of China in the context of the influence of historical events;
5. To analyze the features of the current media provision on the use of the factor of the country's history in building the modern image of China.

The results obtained: the features of the country image as an object of scientific study were determined, its structure was identified, the formation processes were described; the methodology for analyzing the state image is indicated, taking into account the factor of the country's historical development.

The theoretical and scientific-practical significance of this work lies in the fact that the concept of a country's image is analyzed in the context of the country's historical development, that is, political science and media analytics are combined, which, in turn, makes it possible to develop a long-term communication strategy for managing China's image using Internet media resources as one of the leading factors in the formation of public opinion at the present stage.

The master's thesis contains 74 pages and consists of a general description, an introduction, two chapters, including seven sections, a conclusion and a list of references, including 73 titles.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования.

В структуре имиджа любой страны значительную роль играет фактор ее истории. Можно выделить некоторые события в историческом развитии государства, оказавшие наибольшее воздействие на его международный имидж, и имиджевые характеристики, вошедшие в структуру имиджа, как следствие этих событий. Тема магистерской диссертации является актуальной и связана с изучением фактора истории страны в построении современного имиджа Китая.

Страновой имидж формируется и меняется на протяжении всего времени существования государства с момента его зарождения. Этот имидж многокомпонентен, он включает в себя множество факторов – некоторые из них неизменны, другие – претерпевают серьезные изменения, могут утратить либо усилить свое значение, но так или иначе все они в свое время оказывают влияние на формирование современного имиджа страны. Невозможно эффективно исследовать страновой имидж без обращения к глубинным пластам общественного сознания, религии, мифологии, истории народа.

Китай – страна с многовековой историей; культурные ценности и идеалы, выработанные в ходе исторического развития китайского народа, опыт взаимодействия Китая с другими государствами, то влияние, которое страна оказала на ход мировой истории, – все это способствовало созданию некоего представления о Китае, образа, как среди ее граждан, так и за рубежом. Естественно, имидж современного Китая претерпевает существенные изменения, но определенные стереотипы и мифы о этой стране, порожденные историей, устойчиво закрепились и продолжают оказывать влияние на воспринимаемый образ страны.

Современная модель политической жизни общества характеризуется большим количеством различных информационных потоков. Это дает возможность изменить вектор развития политического процесса и выйти на качественно новый уровень. В этих условиях средства массовой информации приобретают новый смысл, что обеспечивает наличие интерактивной связи между политической и медийной системами.

Позитивный имидж страны превращается в важнейший фактор успешного проведения внешнеполитической и внешнеэкономической деятельности. Сложившийся имидж страны на мировой арене играет большую роль. Формирование положительного образа способствует достижению государством поставленных целей в мировом масштабе, в числе которых развитие международного сотрудничества, привлечение инвестиций,

оптимизация распределения ресурсов и укрепление гуманитарных контактов между странами.

Китайская Народная Республика (КНР) – стремительно развивающееся государство, которое играет важную роль на международной арене. В связи с этим большое значение приобретает имидж Китая как один из ключевых факторов успешного международного взаимодействия.

Повышение роли Китая в мировых процессах приводит к тому, что страна целенаправленно обновляет средства, формы и методы своей внешнепропагандистской деятельности, уделяя особое внимание развитию медиаресурсов, ориентированных на зарубежную аудиторию.

Китай предпринимает попытки построения долгосрочной коммуникационной стратегии по управлению своим имиджем. Использование СМИ для вещания на зарубежную аудиторию, является одной из основных задач.

Методология исследования.

В процессе проведения исследования мы пользовались *общенаучными и специально-научными методами*. Среди общенаучных методов были применены методы анализа, синтеза, сравнения и индукции. Из специально-научных, основным стал метод контент-анализа, который был важным для осуществления объективного и системного описания и анализа сообщений.

Теоретическое и научно-практическое значение данной работы состоит в том, что понятие странового имиджа анализируется в контексте исторического развития страны, то есть происходит соединение политической науки и медиааналитики, что, в свою очередь, делает возможным разработку долгосрочной коммуникационной стратегии по управлению имиджем Китая, используя ресурсы интернет-медиа, как одного из ведущих факторов формирования общественного мнения на современном этапе.