

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

ЛИ Юйцзе

**МЕДИЙНЫЕ РЕСУРСЫ БЕЛАРУСИ
В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА И ИМИДЖА КИТАЯ**

Магистерская диссертация
АННОТАЦИЯ
Специальность 1-23 80 11 Коммуникации

Научный руководитель:
Калачева Ирина Ивановна
доктор исторических наук,
профессор

Минск, 2023

АННОТАЦИЯ

Цель данной магистерской диссертации заключается в анализе образа Китая в белорусских СМИ. Данные и выводы данного исследования могут быть использованы для углубленного обмена между Беларусью и Китаем в области социальной журналистики и обмена государственной информацией в интернет-СМИ. Они могут быть использованы в качестве основы для дальнейших исследований в этих областях. В исследовании предлагается использовать общеполитический, синтез, дедуктивный, описательный, аналоговый, диагностический, сравнительный, метод опроса и интервью.

Объектом исследования являются белорусские средства массовой информации в Интернете и бумажные СМИ, представленные в виде газет, новостных сообщений, заголовков и т.д. Научная значимость данной статьи заключается в том, что Китай является приоритетным партнером Республики Беларусь и освещение китайско-белорусских отношений также должно выйти на более высокий статус и качественный уровень для Беларуси.

В процессе выполнения данной магистерской диссертации соискателем были получены следующие основные результаты: изучение роли СМИ в формировании имиджа страны, выявление особенностей белорусского освещения Китая, выявление особенностей углубления китайско-белорусских отношений, определение роли СМИ в формировании имиджа Китая. Был проведен комплексный анализ белорусских СМИ с целью выявления целей белорусской коммуникации по имиджу Китая, стратегических направлений для улучшения уровня освещения и повышения эффективности коммуникации, обобщения вызовов белорусских СМИ по имиджу Китая, а также рекомендаций по решению этих вызовов.

Ключевые слова: Белорусские СМИ; средства массовой информации; образ Китая; национальный образ; воздействие; стратегия.