

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

У
Хаохуэй

**ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА
БЕЛАРУСИ И КИТАЯ: МЕДИЙНЫЙ АСПЕКТ**

Магистерская диссертация
специальность *1-23 80 11 Коммуникации*

Научный руководитель –
Лебедева Марина Леонидовна,
кандидат филологических наук,
доцент

Допущена к защите
«_____» _____ 2023 г.
Зав. кафедрой
технологий коммуникации и связей с общественностью
_____ Лукьянюк Юлия Николаевна,
кандидат филологических наук, доцент

Минск, 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ.....	3
ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА СТРАНЫ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ.....	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 Понятие и структурные составляющие имиджа страны	Ошибка! Закладка не определена.
1.2 Основные инструменты формирования позитивного имиджа страны	Ошибка! Закладка не определена.
1.3 Роль медиа в формировании имиджа страны	Ошибка! Закладка не определена.
Выводы по главе 1.....	27
ГЛАВА 2 ОСОБЕННОСТИ ИМИДЖА БЕЛАРУСИ В КИТАЙСКИХ МЕДИА	О шибка! Закладка не определена.
2.1 Имидж Беларуси как фактор политических, экономических и культурных взаимоотношений с Китаем.....	29
2.2 Контент-анализ представления Беларуси в китайском медиапространстве	47
Выводы по главе 2.....	58
ГЛАВА 3 РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА КИТАЯ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ КНР	Ошибка! Закладка не определена.
3.1 Государственное управление медиапространством КНР.....	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Особенности формирования позитивного имиджа Китая в медиапространстве КНР	64
Выводы по главе 3.....	80
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	Ошибка! Закладка не определена.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

ПОЗИТИВНЫЙ ИМИДЖ, БЕЛАРУСЬ, КИТАЙ,
МЕДИАПРОСТРАНСТВО, СМИ, ИДЕОЛОГИЯ, НАЦИОНАЛЬНЫЕ
ИНТЕРЕСЫ, КУЛЬТУРА, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УСПЕХ,
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС, КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ

Объектом исследования является формирование имиджа Беларуси и Китая в медиа.

Предметом исследования являются способы и приемы формирования позитивного имиджа Беларуси и Китая, используемые в медиапространстве Китайской Народной Республики.

Цель работы – раскрыть специфику формирования позитивного имиджа Беларуси и Китая в медиа на примере медиапространства Китайской Народной Республики.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие *задачи*:

- 1) исследовать современные подходы к понятию «имидж страны» и его составляющим;
- 2) выявить актуальные стратегии формирования позитивного имиджа государства в медиа;
- 3) определить особенности имиджа Беларуси в медиа КНР;
- 4) охарактеризовать способы репрезентации позитивного имиджа Китая в медиапространстве КНР.

Полученные результаты: исследованы современные научно-практические подходы к понятию «имидж страны» и его структуре, выявлены актуальные стратегии формирования позитивного имиджа страны, государства в медиа; определены особенности формирования политического, экономического, культурного имиджа Беларуси в медиа КНР; охарактеризованы способы, приемы, языковые средства репрезентации Китая в медиапространстве КНР.

Научная новизна исследования заключается в формулировании и обосновании положений и результатов исследования, основанных на определении способов и приемов формирования позитивного имиджа Беларуси и Китая в медиа КНР.

Магистерская диссертация содержит 89 страниц и состоит из общей характеристики, введения, двух глав, включающих семь разделов, заключения и списка использованных источников, включающего 74 наименования.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

ABSTRACT

POSITIVE IMAGE, BELARUS, CHINA, MEDIASPACE, MEDIA, IDEOLOGY, NATIONAL INTERESTS, CULTURE, ECONOMIC SUCCESS, TECHNOLOGICAL PROGRESS, CULTURAL HERITAGE

The object of the study is the formation of the image of Belarus and China in the media.

The subject of the study is the methods and techniques of forming of a positive image of Belarus and China, used in the media space of the People's Republic of China.

The aim of the study is to reveal the specifics of the formation of a positive image of Belarus and China in the media on the example of the media space of the People's Republic of China.

To achieve the stated goal, it is necessary to solve the following *tasks*:

- 1) to explore modern approaches to the concept of "image of the country" and its components;
- 2) to identify relevant strategies for creating a positive image of the state in the media;
- 3) to determine the features of the image of Belarus in the Chinese media;
- 4) to characterize the ways of representing the positive image of China in the Chinese media space.

The results obtained: modern scientific and practical approaches to the concept of "image of the country" and its structure have been studied, relevant strategies for the formation of a positive image of the country, the state in the media have been identified; the features of the formation of the political, economic, cultural image of Belarus in the Chinese media are determined; the methods, techniques, language means of representing China in the Chinese media space are characterized.

The scientific novelty of the study lies in the formulation and substantiation of the provisions and results of the study, based on determining the methods and techniques for forming a positive image of Belarus and China in the Chinese media.

The master's thesis contains 89 pages and consists of a general description, introduction, two chapters, including seven sections, conclusion and list of sources used, consisting of 74 items.

ВВЕДЕНИЕ

Политика формирования внешнего имиджа государства как комплекс реальных механизмов и целенаправленных действий по формированию и продвижению в информационном пространстве совокупности представлений (образов, ассоциаций, трактований) о ней является результатом эффективного международного сотрудничества и внутренней консолидации нации.

Информационная политика в современных условиях является составной частью общегосударственной стратегии развития каждого государства, индикатором его мировоззрения и показателем реализации принципа сотрудничества между государствами с целью сохранения собственных традиций и мировой интеграции.

В контексте глобальных экономических изменений процесс формирования привлекательного национального имиджа находится на переднем плане внутренней и внешней политики страны. Качественная, творческая работа по созданию и продвижению бренда страны (бренд – это закрепление имиджа в конкретных делах и проектах) стоит недешево, но приносит значительные дивиденды в экономике, политике и других областях и привлекает в страну тысячи туристов и потенциальных инвесторов.

Общение важно для развития человека, общества, страны и мира в целом. Поэтому содержание и насыщенность информационного пространства очень важны. Информация не только является средством коммуникации, но и воздействует на людей по различным каналам.

В условиях быстрого развития технологий и информационного общества средства массовой информации как поставщики различной информации могут влиять на формирование любой аудитории, а также на восприятие мира и репутацию целого сообщества. СМИ де-факто называются «четвертой властью», которая занимает второе место после известных отраслей государственного законодательства, управления и правосудия. Средства массовой информации – это не просто информаторы. Они все чаще ограничивают и дают информацию на основе определенных запросов разных слоев населения. Другими словами, они в какой-то степени являются формирующей силой.

Вопрос формирования национального имиджа с использованием СМИ актуален, так как сегодня национальный имидж чрезвычайно важен в сфере международных отношений, а они развиваются с повышенной интенсивностью.

С начала нового века исследованиям национального имиджа уделяется все большее внимание стран всего мира. Как великая цивилизация с тысячелетней историей Китай занимает важное место в Азиатском регионе и даже в мире. В последние годы ученые из всех слоев общества в стране и за рубежом назвали национальный имидж важной исследовательской целью национального развития

и провели подробное исследование статуса и роли национального имиджа в международном обществе с точки зрения политики, экономики, культуры и дипломатии.

Также начали развиваться отечественные исследования в области пропаганды в СМИ национального имиджа Китая. Такое пропагандистское поведение показывает активное стремление Китая продемонстрировать свою всеобъемлющую силу международному сообществу, а также то, что Китай надеется привлечь внимание и доброжелательность международной общественности, демонстрируя совершенно новый национальный имидж, чтобы улучшить свой статус в мире.

Примененные методы исследования – теоретический системный анализ изучаемой проблемы; комплексный анализ эмпирического материала; сравнительный анализ эмпирических данных; табличный метод отражения аналитических данных; математические методы обработки данных.