

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

ЛИ
Иньсинь

**ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА МАЛЫХ ГОРОДОВ
КИТАЯ И БЕЛАРУСИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

Магистерская диссертация
специальность 7-06-0321-02 *Коммуникации*

Научный руководитель –
Лебедева Елена Викторовна,
кандидат социологических наук, доцент

Допущена к защите
« ____ » _____ 2024 г.
Зав. кафедрой
технологий коммуникации и связей с общественностью
_____ Лукьянюк Юлия Николаевна,
кандидат филологических наук, доцент

Минск, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ.....	3
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ГОРОДА В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 Понятие «имидж города».....	Ошибка! Закладка не определена.
1.2 Особенности формирования имиджа территории в медиапространстве.....	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 2 ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА МАЛЫХ ГОРОДОВ В БЕЛОРУССКИХ СМИ.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Имидж городов в печатных СМИ	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Имидж городов в телевизионных СМИ	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 3 ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА МАЛЫХ ГОРОДОВ В КИТАЙСКИХ СМИ	Ошибка! Закладка не определена.
3.1 Имидж китайских городов в традиционных СМИ	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Особенности создания имиджа в онлайн-СМИ	Ошибка! Закладка не определена.
3.3 Сравнительный анализ формирования имиджа города в медиапространстве КНР и Беларуси	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	Ошибка! Закладка не определена.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

МАЛЫЙ ГОРОД, ИМИДЖ ТЕРРИТОРИИ, МЕДИАПРОСТРАНСТВО, СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ, КИТАЙ, БЕЛАРУСЬ.

Объект исследования – имидж малых городов.

Предмет исследования – особенности формирования имиджа малых городов в медиапространстве Беларуси и Китая.

Цель исследования – провести сравнительный анализ формирования имиджа малых городов Беларуси и Китая.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие *задачи*:

- 1) описать понятие «имидж города»;
- 2) охарактеризовать особенности формирования имиджа территории в медиапространстве;
- 3) проанализировать имидж городов в печатных и телевизионных СМИ Беларуси;
- 4) проанализировать имидж китайских городов в традиционных и онлайн-СМИ;
- 5) провести сравнительный анализ формирования имиджа города в медиапространстве КНР и Беларуси.

Полученные результаты: дана теоретическая интерпретация понятию «имидж города»; проанализированы особенности формирования имиджа территории в медиапространстве; осуществлён сбор и анализ эмпирической информации, кающейся отражения имиджа белорусских городов в печатных и телевизионных средствах массовой информации; проанализирован имидж китайских городов в традиционных и онлайн-средствах массовой информации; проведён сравнительный анализ формирования имиджа города в медиапространстве КНР и Беларуси.

Научная новизна работы заключается в проведении сравнительно-сопоставительного анализа моделей имиджа белорусских и китайских малых городов в СМИ, а также в сопоставлении возможностей традиционных и современных средств массовой информации как каналов репрезентации территориального имиджа, определении сильных и слабых сторон такой репрезентации.

Магистерская диссертация содержит 62 страницы и состоит из общей характеристики, введения, трёх глав, состоящих из семи разделов, заключения и списка использованной литературы, включающего 69 источников.

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

SMALL TOWN, IMAGE OF THE TERRITORY, MEDIA SPACE, MASS INFORMATION, COMPARATIVE ANALYSIS, CHINA, BELARUS.

The object of the study is the processes of modernization of modern Chinese society the image of small towns.

The subject of the study is the peculiarities of forming the image of small cities in the media space of Belarus and China.

The aim of the master's work is to conduct a comparative analysis of the formation of the image of small cities in Belarus and China.

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

- 1) to describe the concept of «city image»;
- 2) to characterize the features of the formation of the territory's image in the media space;
- 3) to analyze the image of cities in the print and television media of Belarus;
- 4) to analyze the image of Chinese cities in traditional and online media;
- 5) to conduct a comparative analysis of the formation of the city's image in the media space of the PRC and Belarus.

Results obtained: a theoretical interpretation was given to the concept of “city image”; the features of the formation of the territory's image in the media space are analyzed; collection and analysis of empirical information on the reflection of the image of Belarusian cities in the print and television media was carried out; analyzed the image of Chinese cities in traditional and online media; a comparative analysis of the formation of the city's image in the media space of the PRC and Belarus was carried out.

The scientific novelty of the work lies in conducting a comparative analysis of the image models of Belarusian and Chinese small cities in the media, as well as in comparing the capabilities of traditional and modern media as channels for representing the territorial image, identifying the strengths and weaknesses of such representation.

The master's thesis contains 62 pages and consists of a general description, an introduction, three chapters consisting of seven sections, a conclusion and a list of references, including 69 sources.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Имидж современных городов играет существенную роль в их развитии, формируя восприятие, привлекая инвестиции и влияя на благосостояние их жителей. Однако, несмотря на то, что основное внимание уделяется городским центрам, значение малых городов часто остается незамеченным. В этом контексте исследование «Формирование имиджа малых городов в Китае и Беларуси: сравнительный анализ» направлено на то, чтобы пролить свет на менее изученную динамику развития и восприятия малых городов в двух различных культурных и географических контекстах.

Малые города часто служат микрокосмами более крупных общественных тенденций и культурных ценностей. Понимание того, как социокультурные факторы влияют на имидж малых городов, имеет решающее значение для политиков и градостроителей, стремящихся повысить сплоченность сообщества и культурную самобытность. Изучая культурные практики, традиции и социальные взаимодействия, уникальные для каждого контекста, исследование проливает свет на социокультурные аспекты жизни в малых городах Китая и Беларуси.

Таким образом, исследование «Формирование имиджа малых городов в Китае и Беларуси: сравнительный анализ» дает ценную информацию о многогранной динамике развития малых городов. Изучая взаимодействие социокультурных, экономических и экологических факторов, исследование способствует нашему пониманию жизни в малых городах и управления ими в различных культурных контекстах. Результаты этого исследования имеют важные последствия для политиков, специалистов по городскому планированию и заинтересованных сторон в сообществе, стремящихся способствовать созданию инклюзивных, устойчивых и жизнестойких сообществ в малых городах.

Теоретической базой исследования стали работы по имиджелогии (В.М. Шепель, Н.В. Ушакова, А.Ф. Стрижова, А. Рябых, А.Ю. Панасюк и др.)

Методология и методы исследования. При написании работы была использована комплексная методика анализа с применением ряда общенаучных и частных методов: дефиниционный анализ, интерпретация, сравнительно-сопоставительный анализ, контент-анализ.

Практическая значимость полученных результатов заключается в возможности их использования в учебном процессе в рамках дисциплины «Имиджелогия» для студентов специальности 1-23 01 08 Журналистика