

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

ФАНЬ
Юйин

**ПОЛИТИКА ГЛАВНОГО УПРАВЛЕНИЯ
РАДИОВЕЩАНИЯ И ТЕЛЕВИДЕНИЯ КИТАЯ
В АСПЕКТЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА СТРАНЫ**

Магистерская диссертация
специальность *1-24 80 11 Коммуникации*

Научный руководитель –
Штоль Екатерина Юрьевна,
кандидат экономических 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

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ.....	3
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ.....	4
GENERAL CHARACTERISTICS OF THE WORK.....	5
ВВЕДЕНИЕ.....	6
ГЛАВА 1 ВЛИЯНИЕ МЕДИАРАЗНООБРАЗИЯ НА ИМИДЖ СТРАНЫ	Ошибка! Закладка не определена.
1.1. Понятие и важность медиаразнообразия	Ошибка! Закладка не определена.
1.2. Взаимосвязь медиа и имиджа страны	Ошибка! Закладка не определена.
1.3. Разнообразие внутренних и международных новостных источников	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 2 МЕДИАПОЛИТИКА ГЛАВНОГО УПРАВЛЕНИЯ РАДИОВЕЩАНИЯ И ТЕЛЕВИДЕНИЯ КИТАЯ	Ошибка! Закладка не определена.
2.1. История и функции Главного управления радиовещания и телевидения Китая.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.2. Регулирование и цензура в медиа.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.3. Медиapolитика и практика медиаразнообразия	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 3 ВЛИЯНИЕ МЕДИАПОЛИТИКИ ГЛАВНОГО УПРАВЛЕНИЯ РАДИОВЕЩАНИЯ И ТЕЛЕВИДЕНИЯ КИТАЯ НА РАЗНООБРАЗИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА СТРАНЫ	Ошибка! Закладка не определена.
3.1. Реакция мирового сообщества на медиapolитику Китая	Ошибка! Закладка не определена.
3.2. Рекомендации по совершенствованию медиapolитики Главного управления радиовещания и телевидения Китая	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	Ошибка! Закладка не определена.

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ

СМИ – средства массовой информации

МИГ – медиа- и информационная грамотность

КПК – Коммунистическая партия Китая

ИТ – информационные технологии

ГУРТК – Главное управление радиовещания и телевидения Китая

ЮНЕСКО – Организация Объединенных Наций по вопросам
образования, науки и культуры

ООН – Организация Объединенных Наций

БРИКС – группа из пяти стран: Бразилия, Россия, Индия, Китай, Южная
Африка

ВПН – виртуальная частная сеть

ССТV – Центральное телевидение Китая

ASPI – Австралийский стратегический политический институт

МФЖ – Международная федерация журналистов

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

КОММУНИКАЦИИ, МЕДИАРАЗНООБРАЗИЕ, СРЕДСТВА
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ИНТЕРНЕТ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ,
РЕКЛАМА

Объектом исследования является влияние медиаразнообразия на национальный имидж Китая и роль Главного управления радиовещания и телевидения Китая в этом процессе.

Предметом исследования являются материалы и публикации в средствах массовой информации, касающиеся формирования национального имиджа Китая и деятельности Главного управления радиовещания и телевидения Китая

Цель исследования – проанализировать влияние медиаразнообразия на формирование национального имиджа Китая и оценить усилия Главного управления радиовещания и телевидения Китая в данной сфере.

Задачи исследования:

- 1) изучить сущность и значение медиаразнообразия, его связь с национальным имиджем;
- 2) раскрыть политические установки и практические шаги Главного управления радиовещания и телевидения Китая управления по обеспечению разнообразия медиаконтента, форматов, субъектов и каналов;
- 3) проанализировать международную реакцию на китайскую медиаполитику;
- 4) выработать рекомендации по совершенствованию медиаполитики для укрепления «мягкой силы» Китая.

Полученные результаты: Исследованы теоретические аспекты медиаразнообразия, его внутренняя связь с национальным имиджем. Раскрыты основные политические меры Главного управления радиовещания и телевидения Китая по стимулированию разнообразия и регулированию медиасферы. Проведен анализ различных оценок международного сообщества китайской медиаполитики. Предложены рекомендации по оптимизации политики для более эффективного задействования потенциала медиаразнообразия в укреплении культурного влияния Китая.

Научная новизна заключается в комплексном исследовании влияния медиаразнообразия на национальный имидж на примере Китая, а также в выработке рекомендаций по совершенствованию медиаполитики для повышения «мягкой силы» страны. Всесторонне проанализирована роль и усилия Главного управления радиовещания и телевидения КНР в данном процессе.

Магистерская работа содержит 74 страницы, 3 главы, 57 источников.

GENERAL CHARACTERISTICS OF THE WORK

COMMUNICATIONS, MEDIA DIVERSITY, MASS MEDIA, INTERNET, SOCIAL NETWORKS, ADVERTISING

The object of the research is the influence of media diversity on China's national image and the role of the State Administration of Radio, Film and Television of China in this process.

The subject of the research is materials and publications in the media related to the concerning the formation of China's national image and the activities of the General Administration of Radio and Television of China

The aim of the research is to analyze the influence of media diversity on the formation of China's national image and evaluate the efforts of the State Administration of Radio, Film and Television of China in this domain.

Research objectives:

- 1) to study the essence and significance of media diversity, its connection with the national image;
- 2) to reveal the political guidelines and practical steps of the State Administration of Radio, Film and Television of China in ensuring the diversity of media content, formats, subjects, and channels;
- 3) to analyze the international reaction to China's media policy;
- 4) to develop recommendations for improving the media policy to strengthen China's «soft power».

Results obtained: The theoretical aspects of media diversity and its internal connection with the national image have been studied. The main political measures of the State Administration of Radio, Film and Television of China to stimulate diversity and regulate the media sphere have been revealed. An analysis of various assessments by the international community of China's media policy has been conducted. Recommendations have been proposed to optimize the policy for more effective utilization of the potential of media diversity in strengthening China's cultural influence.

The scientific novelty lies in a comprehensive study of the influence of media diversity on the national image using the example of China, as well as in the development of recommendations for improving the media policy to enhance the country's «soft power». The role and efforts of the State Administration of Radio, Film and Television of China in this process have been comprehensively analyzed.

The master's thesis contains 74 pages, 3 chapters, 57 sources.

ВВЕДЕНИЕ

Средства массовой информации (СМИ) являются важным связующим звеном между государством и обществом, играя ключевую роль в формировании национального имиджа. В контексте глобализации и цифровизации китайская медиасфера переживает беспрецедентный период плюралистического процветания. Разнообразие СМИ по форматам, контенту, субъектам и взглядам не только расширило каналы и способы получения информации обществом, но и стало важным индикатором открытости, инклюзивности и культурного влияния страны.

Главное управление радиовещания и телевидения Китая (ГУРТК), являясь высшим административным органом управления медиаиндустрией страны, играет ключевую роль в содействии медиаразнообразию и наращивании «мягкой силы» государства. Реализуя ряд политических мер, ГУРТК обеспечивает институциональные гарантии медиаплюрализма, формирование здоровой конкурентной медиасреды, поддержку новых медиа и трансформацию традиционных СМИ, наращивание международных коммуникационных возможностей для трансляции китайской истории и голоса.

Актуальность данной работы обусловлена важностью медиаразнообразия как стратегической возможности для усиления дискурсивного влияния страны и повышения ее комплексной мощи. Всестороннее исследование медиаполитики ГУРТК и ее влияния на национальный имидж Китая имеет большое теоретическое и практическое значение.

Теоретической базой исследования послужили научные работы ученых в области теории коммуникации, медиа, политологии, социологии, среди которых Д. Макквейл, Н. Наполи, Ван Куленбург, Р. Вурф, К. Шонбах, Ван Хай, Ф. Котлер.

В качестве *методов исследования* были использованы теоретический анализ, сравнение, обобщение, систематизация, структурно-функциональный и кластерный анализ, а также изучение кейсов.

В первой главе исследованы теоретические аспекты медиаразнообразия, его внутренняя связь с национальным имиджем. Во второй главе раскрыты основные политические меры ГУРТК по стимулированию разнообразия и регулированию медиасферы. В третьей главе проанализированы различные международные реакции и оценки китайской медиаполитики, предложены рекомендации по ее оптимизации.

Практическая значимость. Результаты исследования могут быть использованы регулирующими органами для совершенствования

медиаполитики, медиаорганизациями – для повышения эффективности коммуникации, научно-образовательным сообществом – в исследовательской и преподавательской деятельности.

