

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

ЦИНЬ
Бо

**БЕЛОРУССКИЕ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ИМИДЖА КИТАЯ**

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

Научный руководитель –
Маевская Елена Владимировна,
кандидат филологических наук, доцент

Допущена к защите
« ____ » _____ 2024 г.

Зав. кафедрой

_____ Лукьянюк Юлия Николаевна,
кандидат филологических наук, доцент

Минск, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ.....	3
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1 СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО БЕЛАРУСИ И КИТАЯ И ЕГО КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ.....	8
1.1 Процесс становления и развития белорусско-китайских отношений и его отражение в белорусской печати.....	8
1.2 Структура СМИ Беларуси. Белорусско-китайское сотрудничество в сфере средств массовой информации.....	16
1.3 Коммуникативный ресурс стратегического взаимодействия стран-партнеров.....	22
Выводы по главе 1.....	28
ГЛАВА 2 ПРОДВИЖЕНИЕ ИМИДЖА КИТАЯ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ БЕЛАРУСИ.....	30
2.1 Понятие странового медиаимиджа, его формирование средствами массовой информации.....	30
2.2 Многовекторность имиджевой медиакommunikации как тренд цифровой эпохи.....	42
2.3 Системный и концептуальный характер технологии продвижения национального имиджа Китая на белорусскую аудиторию.....	49
Выводы по главе 2.....	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	62
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	64
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	75

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ, КИТАЙСКАЯ НАРОДНАЯ
РЕСПУБЛИКА, СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО, МЕДИАИМИДЖ,
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИМИДЖ, СРЕДСТВА МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ, МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Объектом исследования являются средства массовой информации Беларуси.

Предмет исследования – формирование привлекательного имиджа Китая средствами массовой информации Беларуси.

Цель исследования состоит в изучении технологии создания положительного медиаимиджа Китая и стратегии его продвижения в информационном пространстве Беларуси.

Задачи исследования:

- 1) изучить историю становления и развития белорусско-китайских отношений с привлечением публикаций в прессе.
- 2) раскрыть сущность стратегического партнерства РБ и КНР.
- 3) исследовать коммуникативный потенциал белорусско-китайского партнерства, стратегию медиаимиджа Китая в Беларуси.
- 4) отразить структуру белорусских СМИ и многовекторность медиакommunikации цифровой эпохи.
- 5) отобразить системность и концептуальность продвижения имиджа Китая в медиасфере Беларуси.

Полученные результаты: проработана история развития белорусско-китайских отношений и соответствующие публикации в прессе; раскрыта сущность стратегического партнерства Китая и Беларуси; определена стратегия формирования медиаимиджа Китая для белорусской аудитории, исследован коммуникативный потенциал партнерства; отражена структура СМИ Беларуси и многовекторность медиакommunikации цифровой эпохи; отображена системность и концептуальность продвижения имиджа КНР в медиасфере Республики Беларусь.

Научная новизна исследования заключается в формулировании и обосновании системности и концептуальности продвижения имиджа Китая в медиасфере Беларуси, что может быть использовано для повышения активности белорусских СМИ в формировании привлекательного имиджа Китая.

Магистерская диссертация состоит из 78 страниц и содержит общую характеристику, введение, две главы, включающие 6 разделов, заключение, список из 106 использованных источников, 4 приложения.

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

REPUBLIC OF BELARUS, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA, STRATEGIC PARTNERSHIP, MEDIA IMAGE, STATE IMAGE, MASS MEDIA, MEDIA COMMUNICATIONS

The object of the study is the mass media of Belarus.

The subject of the study is the formation of an attractive image of China through the means of mass media in Belarus.

The aim of the study is to explore the technology of creating a positive media image of China and its promotion strategy within the information space of Belarus.

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

- 1) to examine the history of the establishment and development of Belarusian-Chinese relations, drawing on press publications;
- 2) to uncover the essence of the strategic partnership between Belarus and PRC;
- 3) to investigate the communicative potential of the Belarusian-Chinese partnership and the media image strategy of China in Belarus;
- 4) to reflect the structure of Belarusian mass media and the multi-vector nature of digital-era media communication;
- 5) to illustrate the systematic and conceptual approach to promoting China's image in the Belarusian media sphere.

The results obtained: the history of the establishment and development of Belarusian-Chinese relations were examined, drawing on press publications; the essence of the strategic partnership between China and Belarus was uncovered; the communicative potential of the Belarusian-Chinese partnership and the media image of China in Belarus were investigated; the structure of Belarusian mass media and the multi-vector nature of digital-era media communication were reflected; the systematic and conceptual approach to promoting China's image in the Belarusian media sphere was illustrated.

The scientific novelty of the study in the formulation and the research sheds light on the systematic and conceptual aspects of promoting China's image within Belarusian media, it can be utilized to increase the engagement of Belarusian mass media in creating an attractive image of China.

The master's thesis consists of 78 pages and contains a general description, an introduction, two chapters including 6 sections, a conclusion, a list of references from 106 titles, 4 applications.

ВВЕДЕНИЕ

В связи с глобализацией наш мир превратился в один большой рынок, который теперь охватывает не только товары и услуги, но и национальные бренды, информационный дискурс. Международная коммуникация зависит от того, как страна представляет себя в глобальном информационном пространстве. Страны конкурируют друг с другом и с национальными блоками за влияние, власть, престиж, инвесторов, потребителей, туристов, студентов. Они пытаются создать или найти свою уникальную идентичность, разрабатывая стратегию своего места в мире.

Опыт развитых стран помогает выявить основные принципы создания имиджа, а также понять, как этот имидж работает в современном информационном пространстве. Глобализация, присущая нашему современному обществу, требует от политика действовать не только в рамках политической сферы. Одним из основных требований является поиск различных ресурсов, таких как финансовые, человеческие, природные, информационные.

В современном мире государства, правительства и политические институты все чаще обращаются к информационно-коммуникативным технологиям формирования образа страны. Исследование особенностей и сущности международного медиаимиджа вызывает интерес многих ученых. Имидж как ведущий фактор внешней и внутренней политики государства в разное время исследовали Э. В. Бернайз, С. Блэк, Г. Брюм, Ф. Буар, Р. Джервис, С. Котлип, М. Маклюэн, Д. Най, А. Сентер, Н. Элиас и др.

Значительный интерес к проблеме формирования имиджа страны обнаруживается сегодня, когда перед нами предстает образец международных отношений нового типа – сотрудничество Китая и Беларуси. Всестороннее стратегическое сотрудничество между Республикой Беларусь и КНР все более углубляется в самых различных сферах, таких как политика, экономика, наука и технологии, СМИ и культура, что можно рассматривать как особую модель сотрудничества между странами.

Китай всесторонне пытается покорить мир своей традиционной культурой и ценностями, а также распространить знания о своем богатом культурном наследии. На протяжении многих веков Китай был далеким и недостижимым, со своей отдельной культурой и законами, но сейчас дверь в китайский мир открыта и поэтому страна привлекает к себе все больше внимания.

Китай был и остается одним из наиболее важных стратегических партнеров Беларуси, и СМИ являются одним из важнейших факторов в формировании отношений между этими странами. Белорусские и китайские

СМИ прикладывают все усилия для содействия прагматическому сотрудничеству и дружбе «железного братства». Исследования этой тематики чрезвычайно важны, поскольку раскрывают важные аспекты взаимодействия между Китайской Народной Республикой и Республикой Беларусь в условиях современного мира и международной напряженности.

Актуальность исследования представления привлекательного образа Китая в медиасфере Беларуси обусловлена усилением стратегического партнерства между нашими странами и взаимным интересом к расширенному экономическому и политическому взаимодействию. Республика Беларусь, стремящаяся к диверсификации экономического сотрудничества, активно поддерживает инициативу Китая «Один пояс, один путь».

В то же время для Китая Беларусь, благодаря своему расположению и участию в ЕАЭС, представляет интерес как «мост» к рынкам СНГ и Европы. Активная кредитно-инвестиционная политика Китая в отношении Беларуси приводит к регулярному открытию новых кредитных линий, предоставлению льготных условий кредитования и реализации проекта «Индустриальный парк «Великий камень». В результате происходит увеличение товарооборота, что делает Китай одним из важнейших стратегических партнеров Беларуси, и успешное развитие сотрудничества во многом зависит от формируемого образа «нового» Китая в медиасфере страны, что обуславливает *необходимость исследования*.

Выбор *теоретико-методологических оснований* исследования обусловлен поставленной целью и спецификой предметной области. Работа носит комплексный и междисциплинарный характер. Ее основой послужили теоретико-методологические основания исследования государственного имиджа и соответствующих медиатекстов в работах Л. В. Бондаревой, Э. А. Галумова, М. А. Груздевой, В. И. Ивченкова, И. В. Сидорской, К. И. Телегиной, Л. В. Хочунской, а также подходы в изучении имиджа Китая в работах Фу Лина, Гуань Вэньху, Ма Ися, Ху Фаня, Чжан Юцян и др.

В процессе проведения исследования использовались общенаучные и специально-научные *методы*. Среди общенаучных методов применялись анализ и синтез, описание и агрегирование данных, сравнение и индукция, из специально-научных – метод анализа документов, в том числе контент-анализ СМИ.

Эмпирическую базу исследования составляют публикации в белорусских СМИ и медиапространстве Беларуси в целом, посвященные Китаю.

Практическая значимость работы состоит в том, что понятие государственного имиджа анализируется в контексте средств массовой

информации, то есть в данном случае происходит соединение политологии, имиджмейкинга и медиа-аналитики, и полученные в процессе исследования данные могут использоваться для повышения активности белорусских СМИ в формировании привлекательного имиджа Китая, а также на лекционных и практических занятиях факультета журналистики.