

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра международной журналистики

ЯН Юйпэн

**НАЦИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА КАК “МЯГКАЯ СИЛА”
ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ КИТАЯ: СПЕЦИФИКА
ПРОИЗВОДСТВА И РАСПРОСТРАНЕНИЯ КОНТЕНТА**

Дипломная работа

Научный руководитель:
ст. преподаватель,
Е. А. Волкова

Допущена к защите

«__» _____ 2024 г.

Заместитель декана _____

кандидат филологических наук, доцент Е.Р.Хмель

Минск, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ.....	3
ABSTRACT.....	4
ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1 РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ	8
1.1 Общие характеристики национальной культуры	8
1.2 Задачи СМИ в формировании национальной культуры	13
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ОСВЕЩЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ В КИТАЙСКИХ СМИ.....	18
2.1 Специфика производства распространения контента нематериального культурного наследия Китая газеты «Жэньминь Жибао»	18
2.2 Национальный имидж Китая, созданный на основе контента нематериального культурного наследия Китая газеты «Жэньминь Жибао».....	35
ГЛАВА 3 ПЕРСПЕКТИВЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ КИТАЯ	44
3.1 Проблема формирования национального имиджа Китая в контенте нематериального культурного наследия газеты «Жэньминь Жибао»	44
3.2 Рекомендации по улучшению распространения контента нематериального культурного наследия газеты «Жэньминь Жибао»	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	50
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	52

РЕФЕРАТ

Объём дипломной работы: 56 страниц, 62 источника в списке использованной литературы.

Ключевые слова: НАЦИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА, ЗАДАЧИ СМИ, «ЖЭНЬМИНЬ ЖИБАО», НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИМИДЖ КИТАЯ, НЕМАТЕРИАЛЬНОЕ КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ, РЕКОМЕНДАЦИИ, РАСПРОСТРАНЕНИЕ КОНТЕНТА

Цель работы – выявить специфики производства и распространения контента нематериального культурного наследия Китая через газету «Жэньминь Жибао» и его влияния на формирование национального имиджа страны.

Объект работы – национальная культура Китая.

Предмет работы – процесс производства и распространения контента нематериального культурного наследия Китая через газету «Жэньминь Жибао».

Полученные результаты работы – расширение понимания роли национальной культуры в информационной политике государства, а также в выявлении специфики процессов производства и распространения культурного контента через средства массовой информации; использования полученных результатов для оптимизации информационной политики Китая и улучшения восприятия его национального имиджа на мировой арене.

Новизна работы – комплексный анализ специфики производства и распространения контента нематериального культурного наследия Китая через определенный СМИ, а также в выявлении рекомендаций для улучшения этого процесса с целью укрепления национального имиджа страны.

Методы работы – анализ научной литературы, сравнительный анализ, а также методы описания и обобщения полученной информации.

Структура исследования. Дипломная работа состоит из введения, трех глав, каждая из которых содержит по два параграфа, заключения и списка использованной литературы.

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

ABSTRACT

Volume of the thesis: 56 pages, 62 sources of literature.

Key words: NATIONAL CULTURE, TASKS OF THE MEDIA, “People's Daily”, NATIONAL IMAGE OF CHINA, INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE, RECOMMENDATIONS, CONTENT DISTRIBUTION

The purpose of the work is to identify the specifics of the production and distribution of content of the intangible cultural heritage of China through the People's Daily newspaper and its influence on the formation of the country's national image.

The object of the work is the national culture of China.

The subject of the work is the process of production and dissemination of content of intangible cultural heritage of China through the People's Daily newspaper.

The results of the work are an expansion of understanding of the role of national culture in the information policy of the state, as well as in identifying the specifics of the processes of production and dissemination of cultural content through the media; using the results obtained to optimize China's information policy and improve the perception of its national image on the world stage.

The novelty of the work is a comprehensive analysis of the specifics of the production and distribution of content of the intangible cultural heritage of China through a certain media, as well as identifying recommendations for improving this process in order to strengthen the national image of the country.

Methods of work - analysis of scientific literature, comparative analysis, as well as methods for describing and summarizing the information received.

Research structure. The thesis consists of an introduction, three chapters, each containing two paragraphs, a conclusion and a list of references.

The author of the work confirms the reliability of the materials and results of the thesis, as well as the independence of its implementation

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня, когда процесс глобализации ускоряется, отношения между странами мира становятся все более тесными. Национальный имидж как своего рода «мягкая сила» стал одним из наиболее важных конкурентных ресурсов в современную эпоху. Национальный имидж относится к общему восприятию и оценке страны странами всего мира. Национальный имидж связан с положением страны в международном сообществе и отражает всеобъемлющую национальную силу страны. В качестве коммуникационного инструмента средства массовой информации должны не только предоставлять ценную информацию внутренней аудитории, но и доносить до нее позитивные и здоровые ценности, взгляды и модели поведения. В последние годы в связи с бурным экономическим развитием Китай становится объектом внимания средств массовой информации всего мира и продолжает демонстрировать миру новый взгляд. В то же время китайское правительство также активно укрепляет связи с внешним миром и стремится создать хорошую атмосферу для внешней пропаганды.

Мягкая сила национального имиджа стала главным ресурсом в современной конкуренции. Среди них «нематериальное культурное наследие» – это кристаллизация прекрасной традиционной культуры китайской нации, которая подразумевает и воплощает гуманистический дух, традиционные верования и моральные концепции китайского народа. «Нематериальное культурное наследие» несет в себе мысли, эмоции и ценностные ориентации, разделяемые нацией, и его жизнеспособность заключается в постоянном развитии и изменении. В то же время страны всего мира уделяют большое внимание защите «нематериального культурного наследия» и другого культурного наследия. Китай также включил «нематериальное культурное наследие» в качестве ключевого содержания работы.

В 2003 году Генеральная конференция ЮНЕСКО на 32-й сессии в Париже предложила «Конвенцию об охране нематериального культурного наследия», потребовав от правительства разработать соответствующие законы и включить «нематериальное культурное наследие» в национальную стратегию интеллектуальной собственности. В последние годы многие развитые и развивающиеся страны мира активно содействовали защите «нематериального культурного наследия» и добились определенных результатов. После того, как Китай присоединился к Конвенции об охране нематериального культурного наследия в 2004 году, он реализовал ряд мер по поддержке «нематериального культурного наследия» и создал относительно полную систему защиты. «Закон Китайской Народной Республики о нематериальном культурном наследии» был одобрен на 19-м заседании Постоянного комитета Всекитайского собрания

народных представителей 11-го созыва 25 февраля 2011 года, что ознаменовало важный шаг в защите «нематериального культурного наследия» в Китае. Сегодня, когда Китай всесторонне продвигает строительство социалистической страны, основанной на верховенстве закона, этот шаг, несомненно, будет эффективно способствовать процессу верховенства закона в Китае и обеспечит более полные гарантийные условия для защиты «нематериального культурного наследия».

Актуальность данной работы определяется не только повышением интереса культурного воздействия на государственном уровне, но и его значимостью в условиях глобализации и информационных технологий. Исследование роли национальной культуры и ее распространения через средства массовой информации в информационной политике Китая представляет интерес как для академического мира, так и для практического применения в области международных отношений и культурного обмена.

Целью данной работы является выявление специфики производства и распространения контента нематериального культурного наследия Китая через газету «Жэньминь Жибао» и его влияния на формирование национального имиджа страны.

Для достижения поставленной цели были сформулированы **следующие задачи:**

1. Изучить общие характеристики национальной культуры Китая.
2. Выявить задачи средств массовой информации в формировании национальной культуры.
3. Проанализировать специфику производства и распространения контента нематериального культурного наследия Китая через газету «Жэньминь Жибао».
4. Оценить роль этого контента в формировании национального имиджа Китая.
5. Предложить рекомендации по улучшению распространения контента нематериального культурного наследия через газету «Жэньминь Жибао».

Объект работы – национальная культура Китая.

Предмет работы – процесс производства и распространения контента нематериального культурного наследия Китая через газету «Жэньминь Жибао».

Теоретическая значимость работы заключается в расширении понимания роли национальной культуры в информационной политике государства, а также в выявлении специфики процессов производства и распространения культурного контента через средства массовой информации.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных результатов для оптимизации информационной политики Китая и улучшения восприятия его национального имиджа на

мировой арене.

Новизна работы заключается в комплексном анализе специфики производства и распространения контента нематериального культурного наследия Китая через определенный СМИ, а также в выявлении рекомендаций для улучшения этого процесса с целью укрепления национального имиджа страны.

В ходе работы использовались **методы** анализа научной литературы, сравнительного анализа, а также методы описания и обобщения полученной информации.

Структура работы. Работа состоит из трех глав. В первой главе рассматривается роль средств массовой информации в формировании национальной культуры, во второй – анализируется экологическая тематика в освещении в белорусских и китайских СМИ, а в третьей – представлены перспективы распространения нематериального культурного наследия Китая через газету «Жэньминь Жибао», а также даны рекомендации по улучшению данного процесса. каждая глава завершается выводами.