

MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
BELARUSIAN STATE UNIVERSITY
FACULTY OF JOURNALISM
Department of medialogies

WU Anyi

**CHINA'S SOFT POWER POLICY AND THE STRATEGIC USE OF MASS
MEDIA**

Master's Thesis

Scientific supervisor
Stepanov V.A.
PhD in Philology, Associate Professor

Approved to defense
«__» _____ 2025
Head of the Department medialogies
A.V. Potrebin
PhD in Philology, Associate Professor

Minsk, 2025

ABSTRACT OF MASTER'S THESIS

The structure of the master's thesis includes: introduction, general characteristics of the work, 3 chapters conclusion, list of references containing 64 sources, and two appendix. The volume of the master's thesis «China's soft power police and the strategic use of mass media» is 70 pages.

Keywords: SOFT POWER POLICY; MEDIA STRATEGY; MEDIA COMMUNICATION; CHINESE CULTURAL SOFT POWER.

The object of the research is the process of promoting China's cultural soft power

The subject of this study is the role of new media communication strategies in promoting China's cultural soft power

The purpose of the study is to understand how mass media can be used strategically to achieve soft power goals and mechanisms used by mass media to promote and international dissemination of Chinese cultural heritage.

research tasks: 1) To analyze the current state of the mass media's role in promoting China's cultural heritage. 2) To evaluate the effectiveness of different media platforms (e.g., television, internet, social media) in enhancing China's cultural soft power. 3) Identify the challenges and opportunities faced by new media in building cultural soft power. 4) Propose effective strategies on how new media communication technology can specifically enhance China's cultural soft power. 5) Explore how to use new media to enhance China's international image

The main methods used in this thesis are literature research method, content analysis, case study method, survey and data analysis method.

The areas of possible practical implementation: mass media, news communication, cultural symbols, and scientific fields.

The empirical basis of the study was basis of the study involves the analysis of various media platforms, such as television, newspapers, online media, and social media, to understand how they present and promote China's cultural heritage.

The theoretical basis was works for this research could draw upon various works in cultural studies, media studies, and sociology: the works S. Hall, J. Fiske, and B. Anderson provide theoretical frameworks for understanding the role of media in shaping cultural identity and national consciousness.

The scientific novelty lies in the fact that study is developing new frameworks for analyzing media content related to cultural heritage promotion. This could involve using quantitative and qualitative methods to analyze media content and assess its impact on public perception and behavior regarding cultural heritage.

Authenticity of the materials and results of the master's thesis: The author of the work confirms the reliability of the materials and results of the master's thesis, as well as the independence of its implementation.

РЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Структура магистерской диссертации включает: введение, общую характеристику работы, 3 главы, заключение, список литературы, содержащий 64 источника, и два приложения. Объем магистерской диссертации «Политика мягкой силы Китая и стратегическое использование массовых медиа» составляет 70 страниц.

Ключевые слова: ПОЛИТИКА МЯГКОЙ СИЛЫ, МЕДИАСТРАТЕГИЯ, МЕДИАКОММУНИКАЦИЯ, КУЛЬТУРНАЯ МЯГКАЯ СИЛА КИТАЯ.

Объект исследования – процесс продвижения культурной мягкой силы Китая.

Предмет исследования – роль стратегий коммуникации новых медиа в продвижении культурной мягкой силы Китая.

Цель исследования – понять, как массмедиа могут быть использованы стратегически для достижения целей мягкой силы, а также выявить механизмы, применяемые СМИ для продвижения и международного распространения китайского культурного наследия.

Задачи исследования:

1. Проанализировать текущую роль массмедиа в продвижении культурного наследия Китая.
2. Оценить эффективность различных медиаплатформ (ТВ, интернет, соцсети) в усилении культурной мягкой силы Китая.
3. Выявить вызовы и возможности новых медиа в формировании культурной мягкой силы.
4. Предложить эффективные стратегии использования технологий медиакоммуникации для усиления культурной мягкой силы Китая.
5. Исследовать, как новые медиа могут улучшить международный имидж Китая.

Основные методы, использованные в работе: анализ литературы, контент-анализ, кейс-стади, опросы и анализ данных.

Области возможного практического применения: массмедиа, новостные коммуникации, культурные символы, научная сфера.

Эмпирическая база исследования включает анализ различных медиаплатформ (ТВ, газеты, онлайн-СМИ, соцсети) для понимания того, как они представляют и продвигают культурное наследие Китая.

Теоретическая основа исследования опирается на работы в области культурологии, медиаисследований и социологии: труды С. Холла, Дж. Фiske и Б. Андерсона предоставляют теоретические рамки для понимания

роли медиа в формировании культурной идентичности и национального сознания.

Научная новизна заключается в разработке новых подходов к анализу медиаконтента, связанного с продвижением культурного наследия. Это предполагает использование количественных и качественных методов для оценки влияния медиа на восприятие и поведение аудитории.

Достоверность материалов и результатов магистерской диссертации: Автор подтверждает надежность материалов и результатов исследования, а также самостоятельность выполнения работы.

硕士论文摘要

本硕士论文的结构包括：引言、研究概述、三章内容、结论、包含 64 个来源的参考文献列表以及两个附录。题为《中国软实力政策与大众媒体的战略运用》的硕士论文篇幅为 70 页。

关键词：软实力政策；媒体战略；媒体传播；中国文化软实力。

研究对象：中国文化软实力的提升进程。

研究主题：新媒体传播策略在推动中国文化软实力中的作用。

研究目的：探究如何通过战略性运用大众媒体实现软实力目标，以及大众媒体促进中国文化遗产国际传播的机制。

研究任务：

1. 分析大众媒体在推广中国文化遗产中的当前作用现状。
2. 评估不同媒体平台（如电视、互联网、社交媒体）在增强中国文化软实力方面的效果。
3. 明确新媒体在构建文化软实力过程中面临的挑战与机遇。
4. 提出新媒体传播技术具体提升中国文化软实力的有效策略。
5. 探索如何利用新媒体改善中国的国际形象。

研究方法：文献研究法、内容分析法、案例研究法、调查法和数据分析方法。

可能的应用领域：大众媒体、新闻传播、文化符号及科学领域。

研究的实证基础包括对电视、报纸、网络媒体和社交媒体等各类媒体平台的分析，以了解其呈现和推广中国文化遗产的方式。

本研究的理论基础可借鉴文化研究、媒体研究和社会学领域的多种著作：霍尔、菲斯克和安德森的研究为理解媒体在塑造文化认同和民族意识中的作用提供了理论框架。

本研究的科学创新性在于，其构建了分析文化遗产推广相关媒体内容的新框架。这可能涉及运用定量和定性方法分析媒体内容，并评估其对公众关于文化遗产的认知和行为的影响。

论文作者确认本研究材料与结论的真实性，并保证论文为本人独立完成。