

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

ДЯТКОВСКАЯ
Елизавета Игоревна

**ИНТЕРВЬЮ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЗДАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО
МЕДИАИМИДЖА (НА ПРИМЕРЕ БЕЛОРУССКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ
СМИ)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат исторических
наук, доцент
Дударенок А. С.

Допущена к защите

« » 20__ г.

Заведующий кафедрой международной журналистики,
кандидат филологических наук, доцент Т. В. Солодовникова

Минск, 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ	4
РЭФЕРАТ	5
ABSTRACT	6
ВВЕДЕНИЕ.....	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 1.....	Ошибка! Закладка не определена.
ХАРАКТЕРИСТИКА И ЭЛЕМЕНТЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАПРОЦЕССОВ ...	
	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 Значение личных характеристик, публичного образа, восприятия масс в современном политическом имидже ..	Ошибка! Закладка не определена.
1.2 Жанр интервью и его роль в конструировании публичного имиджа политических лидеров	Ошибка! Закладка не определена.
1.3 Теории и подходы к анализу политических коммуникаций....	Ошибка! Закладка не определена.
1.3.1 Теория публичной сферы Юргена Хабермаса ..	Ошибка! Закладка не определена.
1.3.2 Теория фрейминга по Ирвингу Гофману.....	Ошибка! Закладка не определена.
1.3.3 Теория массовых коммуникаций Гарольда Лассуэлла	Ошибка! Закладка не определена.
1.3.4 Теория элит Гаэтано Моска и Вильфредо Парето	Ошибка! Закладка не определена.
1.3.5 Теория медиа-технологий Маршалла Маклюэна	Ошибка! Закладка не определена.
1.3.6 Психоаналитический подход по Зигмунду Фрейду	Ошибка! Закладка не определена.
Выводы к первой главе.....	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 2.....	Ошибка! Закладка не определена.
ИНТЕРВЬЮ ЛИДЕРОВ НОВОГО АФГАНИСТАНА ПОСЛЕ СМЕНЫ ВЛАСТИ В 2021 ГОДУ	
	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Изменения в медиаполитике Афганистана после смены власти в 2021 году	Ошибка! Закладка не определена.

2.1.1 Исторический контекст и становление «Талибана»	Ошибка! Закладка не определена.
2.1.2 Нарушение прав женщин в движении «Талибан»	Ошибка! Закладка не определена.
2.1.3 Экономическая ситуация и гуманитарный кризис.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Анализ интервью лидеров движения «Талибан» в контексте стратегии создания положительного имиджа.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.2.1 Создание положительного медиаобраза лидеров Афганитсна в сфере политики	Ошибка! Закладка не определена.
2.2.2 Создание положительного медиаобраза лидеров Афганитсна в сфере экономики	Ошибка! Закладка не определена.
2.2.3 Создание положительного медиаобраза лидеров Афганитсна в социальной сфере.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.2.4 Создание положительного медиаобраза модернизированного «Талибана».....	Ошибка! Закладка не определена.
Выводы ко второй главе	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 3.....	Ошибка! Закладка не определена.
РОЛЬ ИНТЕРВЬЮ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА АФГАНИСТАНА НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ....	Ошибка! Закладка не определена.
3.1 Оценки интервью лидеров движения «Талибан» мировыми СМИ, государствами и международными организациями....	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Международная реакция на интервью с новыми властями Афганистана и влияние на политический имидж талибов	Ошибка! Закладка не определена.
3.3 Перспективы интервью как элемента имиджевой стратегии движения «Талибан»: возможности и вызовы для Афганистана.	Ошибка! Закладка не определена.
Выводы к третьей главе.....	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	Ошибка! Закладка не определена.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: стр. 60, источников 82.

Ключевые слова: ИНТЕРВЬЮ, ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ, «ТАЛИБАН», АФГАНИСТАН, ПОЛИТИЧЕСКИЕ ЛИДЕРЫ, СМИ.

Объект исследования: белорусские и зарубежные СМИ, материалы которых формируют политический имидж.

Предмет исследования: особенности использования интервью как инструмента формирования политического имиджа представителей группировки «Талибан».

Цель исследования: выявить особенности формирования политического имиджа через интервью на примере высказываний властей Афганистана.

Методы исследования: описательно-аналитический и сравнительно-исторический методы, анализ интервью в зарубежных и белорусских СМИ.

Полученные результаты и их новизна: в ходе исследования проведен анализ материалов, выявлены основные способы воздействия на аудиторию властями Афганистана, установлено использование жанра интервью для формирования политического медиаимиджа, установлены стратегии формирования имиджа через средства массовой информации. Новизна исследования заключается в комплексном подходе к анализу интервью как инструмента для создания имиджевой политики, в выявлении преобразования радикального образа в дипломатический.

Достоверность материалов и результатов дипломной работы: подтверждается примененными методами исследования и широкой источниковой базой с опорой на официальные заявления и интервью.

Область возможного практического применения: результаты исследования могут быть использованы в различных сферах, имеющих связь с политической коммуникацией, международной журналистикой, исследовательской деятельностью, анализом публичных выступлений, изучением построения имиджа через жанр интервью. Данное исследование может применяться при изучении интервью как способа создания имиджа, в частности политического.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: стар. 60, крыніц 82.

Ключавыя словы: ІНТЭРВ'Ю, ПАЛІТЫЧНЫ ІМІДЖ, «ТАЛІБАН», АФГАНІСТАН, ПАЛІТЫЧНЫЯ ЛІДЭРЫ, СМІ.

Аб'ект даследавання: беларускія і замежныя СМІ, матэрыялы якіх фарміруюць палітычны імідж.

Прадмет даследавання: асаблівасці выкарыстання інтэрв'ю як інструмента фармавання палітычнага іміджу прадстаўнікоў групойкі «Талібан».

Мэта даследавання: выявіць асаблівасці фармавання палітычнага іміджу праз інтэрв'ю на прыкладзе выказванняў уладаў Аўганістана.

Метады даследавання: апісальна-аналітычны і параўнальна-гістарычны метады, аналіз інтэрв'ю ў замежных і беларускіх СМІ.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: у ходзе даследавання праведзены аналіз матэрыялаў, выяўлены асноўныя спосабы ўздзеяння на аўдыторыю ўладамі Афганістана, устаноўлена выкарыстанне жанру інтэрв'ю для фарміравання палітычнага медыяміджу, устаноўлены стратэгіі фарміравання іміджу праз сродкі масавай інфармацыі. Навізна даследавання заключаецца ў комплексным падыходзе да аналізу інтэрв'ю як інструмента для стварэння іміджавай палітыкі, у выяўленні пераўтварэнні радыкальнага ладу ў дыпламатычны.

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы: пацвярджаецца прымененымі метадамі даследавання і шырокай крыніцавай базай з апорай на афіцыйныя заявы і інтэрв'ю.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі даследавання могуць быць скарыстаны ў розных сферах, якія маюць сувязь з палітычнай камунікацыяй, міжнароднай журналістыкай, даследчай дзейнасцю, аналізам публічных выступаў, вывучэннем пабудовы іміджу праз жанр інтэрв'ю. Дадзенае даследаванне можа прымяняцца пры вывучэнні інтэрв'ю як спосабу стварэння іміджу, у прыватнасці палітычнага.

ABSTRACT

Thesis: p. 60, sources 82.

Keywords: INTERVIEW, POLITICAL IMAGE, "TALIBAN", AFGHANISTAN, POLITICAL LEADERS, MEDIA.

The object of the study: political image formed through interviews in Belarusian and foreign media.

The subject of the study: features of using interviews as a tool for forming the political image of representatives of the Taliban group.

The purpose of the study: to identify the features of the formation of a political image through interviews using the example of statements by the Afghan authorities. descriptive-analytical and comparative-historical methods, analysis of interviews in foreign and Belarusian media.

Research methods: descriptive-analytical and comparative-historical methods, analysis of interviews in foreign and Belarusian media.

The results obtained and their novelty: the study analyzed the materials, identified the main methods of influencing the audience by the Afghan authorities, established the use of the interview genre to form a political media image, and established strategies for forming an image through the media. The novelty of the study lies in the comprehensive approach to analyzing the interview as a tool for creating an image policy, in identifying the transformation of a radical image into a diplomatic one.

Reliability of the materials and results of the thesis: confirmed by the applied research methods and a wide source base based on official statements and interviews.

Field of possible practical application: the results of the study can be used in various fields related to political communication, international journalism, research activities, analysis of public speaking, and the study of image construction through the interview genre. This study can be used in studying interviews as a way of creating an image, in particular a political one.