

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

ХУАН
Пэйци
**НАЦИОНАЛЬНАЯ И МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В
КИТАЙСКИХ СМИ**
Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент Е.В. Коршук

Допущена к защите

« » 2025 г.

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

Минск, 2025

РЕФЕРАТ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОБРАЗ, МЕЖДУНАРОДНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, СООБЩЕСТВО ЕДИНОЙ СУДЬБЫ, МЯГКАЯ СИЛА, «ОДИН ПОЯС, ОДИН ПУТЬ», ИНКЛЮЗИВНОСТЬ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОТКРЫТОСТЬ

Объект исследования – медиа Китая.

Предмет исследования – образ национального и международного в китайских средствах массовой информации.

Цель исследования: выявить ключевые тенденции и особенности формирования образов «национального» и «международного» в китайских средствах массовой информации.

Задачи исследования:

1. Определить понятие и сущность образов национального и международного в СМИ.
2. Определить понятие и сущность образов «национального» и «международного» в СМИ.
2. Провести сравнительный анализ образов «национального» и «международного» в СМИ.
3. Изучить исторический контекст и развитие национальной идентичности в Китае.
4. Охарактеризовать образ «национального» в китайских СМИ.
5. Исследовать влияние государственной политики на формирование образа «национального» в СМИ.
6. Рассмотреть международную политику Китая и ее отражение в СМИ.
7. Проанализировать позиционирование образа «международного» в китайских СМИ.

Полученные результаты: описаны теоретические основы исследования образов «национального» и «международного» в СМИ; исследован образ «национального» и «международного» в китайских средствах массовой информации.

Практическая значимость. Результаты работы могут стать основой для дальнейших исследований, быть полезными для журналистов, редакторов и медиааналитиков, работающих над созданием контента об Китае международной аудитории.

Дипломная работа содержит 68 страниц и состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников, включающего 71 наименование.

Автор работы подтверждает, что исследование выполнено самостоятельно, а полученные результаты достоверны.

摘要

国家形象、国际传播、人类命运共同体、软实力、“一带一路”、包容性、经济开放

研究对象：中国媒体

研究内容：中国媒体中“国家形象”与“国际形象”的建构

研究目的：揭示中国媒体中“国家形象”和“国际形象”建构的关键趋势与特点。

研究任务：

1. 界定媒体中“国家形象”和“国际形象”的概念与本质；
2. 分析“国家形象”和“国际形象”在媒体中的表现；
3. 对“国家形象”与“国际形象”在媒体中的构建进行比较分析；
4. 研究中国国家认同的历史背景与发展；
5. 描述中国媒体中“国家形象”的特征；
6. 探讨国家政策对媒体中“国家形象”建构的影响；
7. 考察中国对外政策及其在媒体中的体现；
8. 分析中国媒体中“国际形象”的定位方式。

研究成果：本研究阐述了媒体中“国家形象”与“国际形象”建构的理子基础，并详细分析了这两个形象在中国媒体的具体表现。

实践意义：本研究成果可为后续相关研究提供理论基础，也可从事中国对外传播的记者、编辑和媒体分析人员在创作国际传播内容时提供有益参考。

本毕业论文共计 68 页，包含引言、三章正文、结论和参考文献，引用资料共 71 项。作者声明：本研究系独立完成，研究成果真实可靠。

ABSTRACT

NATIONAL IMAGE, INTERNATIONAL COMMUNICATION, COMMUNITY OF SHARED FUTURE, SOFT POWER, BELT AND ROAD INITIATIVE, INCLUSIVENESS, ECONOMIC OPENNESS

Object of the study – Chinese media.

Subject of the study – the representation of national and international identities in Chinese mass media.

The aim of the study is to identify key trends and features of the formation of images of “national” and “international” in Chinese media.

Research Tasks:

1. Define the concept and essence of national and international images in the media.
2. Conduct a comparative analysis of the images of “national” and “international” in the media.
3. Study the historical context and development of national identity in China.
4. Characterize the image of “national” in Chinese media.
5. Research the influence of state policy on the formation of the image of “national” in the media.
6. Consider China's international policy and its reflection in the media.
7. Analyze the positioning of the image of "international" in Chinese media.

Findings. The study outlines the theoretical foundations for researching “national” and “international” representations in mass media and analyzes their portrayal in Chinese media.

Practical significance. The results of the work can become the basis for further research, be useful for journalists, editors and media analysts working on creating content about China for an international audience.

The diploma work contains 68 pages and consists of an introduction, three chapters, a conclusion and a list of references, including 71 titles.

The author of the work confirms that the research was carried out independently, and the results obtained are reliable.

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ	2
摘要.....	3
ABSTRACT.....	4
ВВЕДЕНИЕ.....	6
Глава 1. Теоретические основы исследования образов «национального» и «международного» в СМИ.....	8
1.1. Понятие и сущность образов в СМИ.....	8
1.2. Сравнительный анализ медийных образов «национального» и «международного»	16
1.3. Методология исследования медийных образов.....	21
Глава 2. Образ «национального» в китайских средствах массовой информации.....	26
2.1. Исторический контекст и развитие национальной идентичности в Китае.....	26
2.2. Характеристика «национального» медиаобраза в китайских СМИ...	30
2.3. Влияние государственной политики на формирование «национального» образа.....	37
Глава 3. Образ «международного» в китайских средствах массовой информации.....	47
3.1. Международная политика Китая и ее отражение в СМИ.....	47
3.2. Позиционирование образа «международного» в китайских СМИ	50
3.3. Влияние международных отношений на формирование образа «международного» Китая.....	53
Заключение.....	59
Список использованных источников.....	62