

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

ЛИ Хаонань

**ОБРАЗ И ИМИДЖ БЕЛАРУСИ В ВОСПРИЯТИИ КИТАЙСКИХ
СТУДЕНТОВ**

Магистерская диссертация
Специальность 7-06-0321-02 Коммуникации

Научный руководитель:
Калачёва Ирина Ивановна
доктор исторических наук,
профессор

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Цель работы – изучение восприятия образа и имиджа Беларуси китайскими студентами, обучающимися в Белорусском государственном университете, и разработка практических рекомендаций по продвижению имиджа страны среди китайской молодежи.

Объект исследования – восприятие образа и имиджа Беларуси китайскими студентами, обучающимися в Белорусском государственном университете.

Предмет исследования – факторы, влияющие на формирование восприятия образа и имиджа Беларуси китайскими студентами, а также механизмы и инструменты продвижения этого имиджа среди китайской молодежи.

Структура магистерской диссертации включает в себя три главы. Первая глава посвящена теоретическим и методологическим основам изучения имиджа и бренда страны. Вторая глава анализирует особенности восприятия Беларуси китайскими студентами. В третьей главе представлены рекомендации по продвижению имиджа Беларуси среди китайской молодежи.

Магистерская диссертация состоит из 71 страницы, 4 иллюстраций, 1 приложения и 58 использованных источников.

В процессе написания магистерской диссертации были получены следующие результаты: раскрыты теоретико-методологические основы исследования образа и имиджа страны; выявлены особенности восприятия Беларуси китайскими студентами на основе анализа нормативно-правовых основ сотрудничества, медийного представления и опыта адаптации; разработаны рекомендации по продвижению имиджа Беларуси среди китайской молодежи.

Новизна полученных результатов обусловлена комплексным анализом восприятия имиджа Беларуси через призму образовательного опыта китайских студентов и разработкой практических рекомендаций для его улучшения. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы магистерской диссертации могут применяться в учебном процессе, а также для реализации маркетинговой стратегии на практике.

Ключевые слова: образ государства, имидж государства, брендинг территорий, межкультурная коммуникация, образовательные программы, китайские студенты, адаптация студентов, социальные сети, медиа-пространство, продвижение имиджа.