Лай Линчжи СМИ Китая как инструмент "Мягкой силы" во внешнеполитической деятельности страны

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Лай Линчжи

ВВЕДЕНИЕ

Глава I. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «МЯГКАЯ СИЛА»

1.1. Понятийно-терминологический подход Джозефа Ная к определению понятия «мягкая сила»

1.1.1. Теоретические предпосылки и контекст зарождения термина «мягкой силы»

1.1.2. Содержательные аспекты «мягкой силы»: определение и источники

1.2. Концепция «мягкой силы» Китая

1.2.1. Взгляд китайских учёных на содержание «мягкой силы» страны

1.2.2. Современное состояние «мягкой силы» Китая

1.2.3. Особенности исследований западных ученых о «мягкой силе» Китая

1.2.4. Отличительные характеристики концепции «мягкой силы» Китая

Глава II. «МЯГКАЯ СИЛА» ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ КИТАЯ

2.1. Дипломатия крупной державы с китайской спецификой

2.2. Идеи конфуциаской культуры как основа «мягкой силы» во внешнеполитической деятельности Китая

Глава III. МЕДИЙНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ В ПРОДВИЖЕНИИ «МЯГКОЙ СИЛЫ» КИТАЯ

3.1. Дискурсивная власть (discourse right) как компонент и показатель «мягкой силы» страны

3.2. Система СМИ Китая: особенности формирования и развития в аспекте глобализации

3.3. СМИ как канал презентации и продвижения «мягкой силы» Китая

3.3.1. Интеграция традиционных и новых СМИ как канал к получению дискурсивного права Китая

3.3.2. Новые медиа как платформа «мягкой силы»

3.3.3. Телевидение Китая как канал «мягкой силы» в продвижении культуры страны

3.4. Сотрудничество китайских и зарубежных СМИ как элемент «мягкой силы» в расширении аудитории

3.4.1. Инновации "China Daily" в сфере международного медийного сотрудничества

3.4.2. Практика медийного сотрудничества китайских и российских СМИ в рамках проекта «Годы обмена российских и китайских СМИ»

3.4.3. Языковые аспекты формирования имиджа России в китайских СМИ

3.5. Медийная практика в успешной реализации проекта «Один пояс и один путь» на мировом уровне

Глава IV. «МЯГКАЯ СИЛА» КИТАЯ В ОТРАЖЕНИИ СМИ

4.1.«Мягкая сила» Китая: медийный дискурс

4.2. Медийные инструменты и каналы публичной дипломатии в продвижении «мягкой силы» Китая

4.3. Медиаобраз первой леди как элемент «мягкой силы» в публичной дипломатии Китая

4.4. Эффективность «мягкой силы» Китая в отражении китайских СМИ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ЛИТЕРАТУРА,

204