

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**  
**Кафедра медиалогии**

**ЗАЯЦ**  
Николай Владимирович

**КОРПОРАТИВНЫЕ ИЗДАНИЯ В СИСТЕМЕ СМИ БЕЛАРУСИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
доктор исторических наук,  
профессор О. Г. Слука

Допущена к защите

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 г.

Зав. кафедрой медиалогии,  
кандидат филологических наук, доцент Н. А. Федотова

Минск, 2019

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ.....</b>	<b>3</b>
<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>7</b>
<b>ГЛАВА 1. КОРПОРАТИВНЫЕ ИЗДАНИЯ КАК ЧАСТЬ СИСТЕМЫ СМИ.11</b>	
1.1 Корпоративные издания в историческом контексте .....	11
1.2 Социология корпоративных изданий.....	13
1.3 Методологические подходы к феномену корпоративных изданий.....	16
1.4 Трактовка терминов .....	29
<b>ГЛАВА 2. ПРАКТИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ ИЗДАНИЙ .....</b>	<b>33</b>
2.1 Анализ корпоративных изданий в Республике Беларусь .....	33
2.2 Создание корпоративного издания .....	40
2.3 Тенденции развития современных белорусских корпоративных изданий	46
<b>ГЛАВА 3. ОПТИМИЗАЦИЯ И АНАЛИЗ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ БАЗЫ В СФЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОРПОРАТИВНЫХ ИЗДАНИЙ.....</b>	<b>50</b>
3.1 Закон о средствах массовой информации .....	51
3.2 Государственный стандарт .....	53
3.3 Гражданский кодекс .....	54
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>57</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....</b>	<b>59</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ .....</b>	<b>63</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ А.....</b>	<b>63</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....</b>	<b>64</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ В.....</b>	<b>65</b>

## ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ

- B2B – business to business – «бизнес для бизнеса»
- B2C – business to consumer – «бизнес для клиентов»
- B2P – business to professionals – «бизнес для профессионалов»
- GR – government relations – «связи с государством»
- PR – public relations – «связи с общественностью»
- Субъект хозяйствования – под субъектами хозяйствования в настоящем исследовании понимаются все организации, юридические лица; хозяйственные товарищества и общества, унитарные предприятия, производственные кооперативы, в том числе сельскохозяйственные производственные кооперативы, и крестьянские (фермерские) хозяйства; государственные объединения; ассоциации (союзы) – объединения коммерческих и (или) некоммерческих организаций, объединения коммерческих организаций и (или) индивидуальных предпринимателей; потребительские кооперативы, торгово-промышленные палаты, учреждения, товарищества собственников; граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа 65 стр., 0 рис., 0 табл., 3 приложений, 36 источников.

КОРПОРАТИВНЫЕ ИЗДАНИЯ, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ИЗДАНИЯ, ОТРАСЛЕВЫЕ ИЗДАНИЯ, ДЕЛОВЫЕ ИЗДАНИЯ.

Объект исследования: банковские корпоративные издания Республики Беларусь.

Цель: выявление и обновление научных и практических методик в сфере функционирования корпоративных изданий как элемента системы средств массовой информации Республики Беларусь.

Методы исследования: методы описания и классификации, метод системного анализа, метод исторического анализа. Для более подробного изучения выбранной темы производится эмпирический анализ, выраженный в рассмотрении научных материалов белорусских и зарубежных исследователей, профессиональной периодики, нормативно-правовых актов.

На примере белорусских банковских изданий в исследовании рассматривается проблематика дифференциации корпоративных изданий. В результате проведенного исследования дополнена типология целевых аудиторий корпоративных изданий, выявлены новые типы целевых аудиторий. Определены основные тенденции развития корпоративных изданий.

Изучены основные методологические подходы к феномену корпоративных изданий, на основании которых выявлены наиболее актуальные цели, задачи и функции корпоративных изданий. Изучены и систематизированы особенности функционирования корпоративных изданий как части информационного пространства Республики Беларусь. Предложена наиболее актуальная трактовка терминам «корпоративное издание», «корпоративное средство массовой информации», «корпоративная пресса (печать)», «профессиональное издание». В исследовании изучены практические особенности функционирования национальных банковских изданий: создание корпоративного издания, формирование его концепции, создание трудового резерва. Изучены исторические и социологические аспекты функционирования корпоративных изданий в Республике Беларусь и за рубежом. Проведён количественный анализ банковских корпоративных изданий в Республике Беларусь.

На основании изученного материала предложена концепция оптимизации государственного стандарта и Закона Республики Беларусь «О средствах массовой информации», иных нормативно-правовых актов, регулирующих область деятельности корпоративных изданий.

## РЭФЕРАТ

Дыпломная праца 65 стар., 0 мал., 0 табл., 3 дад., 36 крын.

КАРПАРАТЫЎНЫЯ ВЫДАННІ, ПРАФЕСІЙНЫЯ ВЫДАННІ,  
ГАЛІНОВЫЯ ВЫДАННІ, ДЗЕЛАВЫЯ ВЫДАННІ.

Аб'ект даследавання: банкаўскія карпаратыўныя выданні Рэспублікі Беларусь.

Мэта: выяўленне і абнаўленне навуковых і практычных методык у сферы функцыянавання карпаратыўных выданняў як элемента сістэмы сродкаў масавай інфармацыі Рэспублікі Беларусь.

Метады даследавання: метады апісання і класіфікацыі, метады сістэмнага аналізу, метады гістарычнага аналізу. Для больш падрабязнага вывучэння абранай тэмы праводзіцца эмпірычны аналіз, які выражаны ў разглядзе навуковых матэрыялаў беларускіх і замежных даследчыкаў, прафесійнай перыёдыкі, нарматыўна-прававых актаў.

На прыкладзе беларускіх банкаўскіх выданняў у даследаванні разглядаецца праблематыка дыферэнцыяцыі карпаратыўных выданняў. У выніку праведзенага даследавання дапоўнена тыпалогія мэтавых аўдыторый карпаратыўных выданняў, выяўлены новыя тыпы мэтавых аўдыторый. Вызначаны асноўныя тэндэнцыі развіцця карпаратыўных выданняў.

Вывучаны асноўныя метадалагічныя падыходы да феномену карпаратыўных выданняў, на падставе якіх выяўлены найбольш актуальныя мэты, задачы і функцыі карпаратыўных выданняў. Даследаваны і сістэматызаваны асаблівасці функцыянавання карпаратыўных выданняў як часткі інфармацыйнай прасторы Рэспублікі Беларусь. Прапанаваная найбольш актуальная трактоўка тэрмінаў «карпаратыўнае выданне», «карпаратыўны сродак масавай інфармацыі», «карпаратыўная прэса (друк)», «прафесійнае выданне». У даследаванні разглядаюцца практычныя асаблівасці функцыянавання нацыянальных банкаўскіх выданняў: стварэнне карпаратыўнага выдання, фарміраванне яго канцэпцыі, стварэнне працоўнага рэзерву. Вывучаны гістарычныя і сацыялагічныя аспекты функцыянавання карпаратыўных выданняў у Рэспубліцы Беларусь і за мяжой. Праведзены колькасны аналіз банкаўскіх карпаратыўных выданняў у Рэспубліцы Беларусь.

На падставе вывучанага матэрыялу прапанавана канцэпцыя аптымізацыі дзяржаўнага стандарта і Закона Рэспублікі Беларусь «Аб сродках масавай інфармацыі», іншых нарматыўна-прававых актаў, якія рэгулююць вобласць дзейнасці карпаратыўных выданняў.

## ESSAY

Thesis 65 pp., 0 images, 0 tabl., 3 appl., 36 sources.

CORPORATE EDITIONS, PROFESSIONAL EDITIONS, INDUSTRIAL EDITIONS, BUSINESS EDITIONS.

Object of study: banking corporate publications of the Republic of Belarus.

Objective: to identify and update the scientific and practical methods in the use of corporate media of the Republic of Belarus.

Research methods: description and classification methods, system analysis method, historical analysis method. For a more detailed study, topics that were devoted to empirical analysis, research conducted by Belarusian and foreign researchers, professional periodicals, and regulatory legal acts were chosen.

On the example of the Belarusian banking publications, the study presents the problems of differentiation of corporate publications. As a result of the research, new types of target audiences were identified. Certain major trends in the development of corporate publications.

The main methodological approaches to the phenomenon of corporate publications have been studied, on the basis of which the most relevant goals, objectives and functions of corporate publications have been identified. The features of the functioning of official publications as part of the information space of the Republic of Belarus are studied and systematized. The most up-to-date interpretation of the terms “corporate publication”, “corporate media”, “corporate press (press)”, and “professional publication” was proposed. The research studies the practical features of the use of state banking publications: the creation of corporate publications, the creation of a labor reserve. The historical and sociological aspects of the official publications in the Republic of Belarus and abroad are studied.

A quantitative analysis of banking corporate publications in the Republic of Belarus is conducted. On the basis of the material studied, a concept of legal acts regulating the field of activity of corporate publications of the Republic of Belarus was proposed.