

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ЧЖАО
Имин

**НОВЫЕ МЕДИА КАК КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ КИТАЙСКИХ
БРЕНДОВ**

Магистерская диссертация
специальность *1-23 80 11 Коммуникации*

Научный руководитель
Коршук Елена Владимировна
кандидат филологических наук, доцент

Допущена к защите
« ____ » ____ 2020 г.
Зав. кафедрой
технологий коммуникации и связей с общественностью
Сидорская Ирина Владимировна
доктор филологических наук, доцент

Минск, 2020

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

РЕКЛАМА, МЕДИАПРОСТРАНСТВО, СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, НОВЫЕ МЕДИА, БРЕНД, ПОЛИТИКА ЛОКАЛИЗАЦИИ.

Объект исследования – новые медиа. *Предмет исследования* – особенности новых медиа как канала коммуникации китайских брендов.

Цель работы – рассмотреть возможности новых медиа как канала коммуникации китайских брендов на рынке Республики Беларусь.

Исходя из цели исследования, автором поставлены следующие задачи – рассмотреть исторические и законодательные основания рекламной коммуникации китайских брендов; провести анализ использования новых каналов рекламной коммуникации китайских брендов.

Научная новизна исследования заключается в обобщении опыта деятельности СМИ по созданию положительного образа товаров китайских компаний на рынке Республики Беларусь.

Полученные результаты : Выявлены каналы и типы СМИ для распространения китайских товаров в Беларуси, проанализированы история китайских СМИ и правовая защита СМИ, проанализированы разработки и распространения китайских товаров в Беларуси.

Магистерская диссертация содержит 55 страницы и состоит из общей характеристики, введения, двух глав, включающих шесть разделов, заключения и списка использованных источников, состоящего из 68 наименований

GENERAL DESCRIPTION OF WORK

ADVERTISING, MEDIA SPACE, MASS MEDIA, NEW MEDIA, BRAND, LOCALIZATION POLICY.

The object of research is new media. *The subject of the research* is the features of new media as a communication channel for Chinese brands.

The purpose of the work is to consider the possibilities of new media as a communication channel of Chinese brands on the market of the Republic of Belarus.

Based on the purpose of the study, the author posed the following tasks – to consider the historical and legislative foundations of advertising communication of Chinese brands; to analyze the use of new channels of advertising communication of Chinese brands.

The scientific novelty of the study is to generalize the experience of the media in creating positive images of the goods of Chinese companies in the market of the Republic of Belarus.

The results obtained: The channels and types of media for the distribution of Chinese goods in Belarus were identified, the history of Chinese media and the legal protection of the media were analyzed, and the development and distribution of Chinese goods in Belarus was analyzed.

The master's thesis contains 55 pages and consists of a general description, introduction, two chapters, conclusion and list of references, consisting of 68 items.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ

РЭКЛЯМА, МЕДЫЯПРАСТОРЫ, СРОДКІ МАСАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ, НОВЫЯ МЕДЫЯ, БРЭНД, ПАЛІТЫКА ЛАКАЛІЗАЦЫІ.

Аб'ект даследавання - новыя медыя. Прадмет даследавання - асаблівасці новых медыя як канала камунікацыі кітайскіх брэндаў.

Мэта работы - разгледзець магчымасці новых медыя як канала камунікацыі кітайскіх брэндаў на рынку Рэспублікі Беларусь.

Зыходзячы з мэты даследавання, аўтарам пастаўлены наступныя задачы - разгледзець гістарычныя і заканадаўчыя падставы рэкламнай камунікацыі кітайскіх брэндаў; правесці аналіз выкарыстання новых каналаў рэкламнай камунікацыі кітайскіх брэндаў.

Навуковая навізна даследавання заключаецца ў абагульненні вопыту дзейнасць СМІ па стварэнні станоўчага вобразу тавараў кітайскіх кампаній на рынку Рэспублікі Беларусь.

Атрыманыя вынікі: Выяўлены каналы і тыпы СМІ для распаўсюджвання кітайскіх тавараў у Беларусі, прааналізаваны гісторыя кітайскіх СМІ і прававая абарона СМІ, прааналізаваны распрацоўкі і распаўсюджвання кітайскіх тавараў у Беларусі.

Магістарская дысертацыя змяшчае 55 старонкі і складаецца з агульнай характарыстыкі, ўвядзення, двух кіраўнікоў, якія ўключаюць шэсць раздзелаў, заключэння і спісу выкарыстаных крыніц, які складаецца з 68 найменняў