

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра международной журналистики

Лю Тао

**КОРПОРАТИВНЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА
МЕДИАРЫНКЕ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
доцент кафедры международной
журналистики
Кононова Е. И.

Допущена к защите

«__» _____ 2022 г.

Зав. кафедрой международных журналистики

кандидат педагогических наук, доцент Лущинская О.В.

Минск, 2022

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 66 страницы, 5 рисунков, 2 таблицы, 52 источника, 6 приложений.

КОРПОРАТИВНЫЕ СМИ, КОРПОРАТИВНЫЕ МЕДИА, МЕДИАРЫНОК КИТАЯ, ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕДИАРЫНКА, КОРПОРАТИВНЫЕ СРЕДСТВА, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНЫХ СМИ КНР, СПЕЦИФИКА СРЕДСТВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ, КОММУНИКАЦИОННЫЕ СВЯЗИ.

Объект исследования – медиарынок Китайской Народной Республики.

Предмет исследования – корпоративные средств массовой информации на медиарынке Китайской Народной Республики.

Цель работы – определить перспективы корпоративных средств массовой информации на медиарынке КНР.

Методы исследования: общенаучные методы анализа и синтеза, методы классификация, систематизации.

Полученные результаты и их новизна: в настоящем исследовании удалось определить особенности истории развития медиарынка Китайской Народной Республики. Также обосновать основные закономерности развития медиарынка Китайской Народной Республики и провести анализ источников исследования по проблеме сущности и особенностей развития корпоративных средств массовой информации.

Новизна работы заключается в том, что впервые в Беларуси был изучен вопрос специфики средств распространения информации в Китайской Народной Республике и коммуникационные связи с зарубежными странами и установлена роль медиарынка в распространении новостей и обсуждении актуальных вопросов жизни Китайской Народной Республики.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

THESIS ABSTRACT

The thesis contains: 66 pages, 5 figures, 2 tables, 52 sources, 6 appendices.

CORPORATE MEDIA, MEDIA MARKET IN CHINA, HISTORY OF MEDIA MARKET DEVELOPMENT, CORPORATE MEDIA, PROSPECTS OF CORPORATE MEDIA IN CHINA, SPECIFICITY OF INFORMATION DISSEMINATION MEDIA, COMMUNICATION LINKS.

The object of the study is the media market in the People's Republic of China.

Subject of the study - corporate media in the media market of the People's Republic of China.

The aim of the work is to determine the prospects of corporate media in the media market of the People's Republic of China.

Research methods: general scientific methods of analysis and synthesis, methods of classification, systematization.

Results obtained and their novelty: the present study was able to determine the features of the history of development of the media market in the People's Republic of China. Also to substantiate the main regularities in the development of the media market of the People's Republic of China and to analyse research sources on the problem of the essence and characteristics of the development of corporate media.

The novelty of the work lies in the fact that for the first time in Belarus has been studied the issue of specificity of the media distribution in the People's Republic of China and communication relations with foreign countries, and established the role of the media market in distribution of news and discussion of current issues of life in the People's Republic of China.

The author of the work confirms the reliability of materials and results of the thesis, as well as the independence of its execution.

论文摘要

本论文包含 66 页，5 张图，2 张表，52 个来源，6 个附录。

企业媒体，中国的媒体市场，媒体市场的发展历史，企业媒体，企业媒体在中国的前景，信息传播媒体的特殊性，传播环节。

研究的对象是中华人民共和国的媒体市场。

研究的对象--中华人民共和国媒体市场中的企业媒体。

这项工作的目的是确定企业媒体在中华人民共和国媒体市场中的前景。

研究方法：分析和综合的一般科学方法，分类的方法，系统化的方法。

取得的成果及其新颖性：本研究能够确定中华人民共和国媒体市场发展历史的特点。同时也证实了中华人民共和国媒体市场发展的主要规律性，并分析了关于企业媒体发展的本质和特点问题的研究来源。

该作品的新颖之处在于，在白俄罗斯首次研究了中华人民共和国媒体传播的特殊性和与外国的交流关系问题，并确定了媒体市场在传播新闻和讨论中华人民共和国当前生活问题方面的作用。

该作品的作者确认了论文材料和结果的可靠性，以及论文执行的独立性。

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 1 РАЗВИТИЕ МЕДИАРЫНКА КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 История развития медиарынка Китайской Народной Республики	Ошибка!
Закладка не определена.	
1.2 Основные закономерности развития медиарынка Китайской Народной Республики.....	Ошибка! Закладка не определена.
Выводы к первой главе	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 2 КОРПОРАТИВНЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: СУЩНОСТЬ, ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Корпоративные СМИ как тип издания	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Сущность и особенности корпоративных СМИ: понятие, характеристика	Ошибка! Закладка не определена.
Выводы к второй главе	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 3 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА МЕДИАРЫНКЕ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	Ошибка! Закладка не определена.
3.1 Современные корпоративные средства массовой информации Китая	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Роль медиарынка в распространении корпоративных новостей и обсуждении актуальных вопросов жизни КНР	Ошибка! Закладка не определена.
Выводы к третьей главе	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	Ошибка! Закладка не определена.
ПРИЛОЖЕНИЯ	Ошибка! Закладка не определена.