

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати и веб-журналистики**

**СЮЙ
ЦЗЫСЯН**

**МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ В РЕДАКЦИЯХ БЕЛОРУССКИХ И
КИТАЙСКИХ СМИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент С.В. Зеленко

Допущена к защите

«___» _____ 2023 г.

Зав. кафедрой периодической печати и веб-журналистики,
доктор филологических наук, доцент
С.В. Харитонова

Минск, 2023

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 77, источников – 56, иллюстраций – 3, таблица – 1.

МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ, УПРАВЛЕНИЕ РЕДАКЦИЕЙ СМИ, МЕДИА, СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, МЕДИАТЕХНОЛОГИИ, ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО.

Объект исследования – медиаменеджмент в редакциях белорусских и китайских СМИ.

Предмет исследования – организационная структура, стратегии управления, процессы производства и распространения контента, использование новых технологий, маркетинг и реклама, финансовый менеджмент и другие аспекты, связанные с управлением и развитием медиабизнеса в медиаструктурах Беларуси и Китая.

Цель данной работы – проанализировать особенности медиаменеджмента в редакциях белорусских и китайских СМИ, рассмотреть сходства и различия в подходах к управлению редакциями, а также выявить факторы, влияющие на успешность бизнес-моделей медиакомпаний в данных странах.

Методы исследования: аналогия, классификация, индукция, дедукция, сравнение).

Полученные результаты и их новизна: определено понятие медиаменеджмента; раскрыты функции и задачи медиаменеджмента; показаны факторы, определяющие специфику современного медиаменеджмента; исследовано использование медиатехнологий в управлении редакциями СМИ Китая; показаны архитектурные изменения в редакционных коллективах СМИ Беларуси.

Область возможного практического применения: Возможной областью практического применения результатов данной работы может стать улучшение практик медиаменеджмента в редакциях белорусских и китайских СМИ, а также разработка рекомендаций для управления и развития медиабизнеса в данных регионах. Результаты исследования могут быть полезны для руководителей медиакомпаний, журналистов, маркетологов и всех, кто интересуется современными тенденциями в управлении СМИ.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: старонак – 77, крыніц – 56, ілюстрацый – 3, табліца – 1.

МЕДЫЯМЕНЕДЖМЕНТ, КІРАВАННЕ РЭДАКЦЫЯЙ СМІ, МЕДЫЯ, СРОДКІ МАСАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ, МЕДЫЯТЭХНАЛОГІІ, ІНФАРМАЦЫЙНАЕ АГЕНЦТВА.

Аб'ект даследавання – медыяменеджмент у рэдакцыях беларускіх і кітайскіх СМІ.

Прадмет даследавання – арганізацыйная структура, стратэгіі кіравання, працэсы вытворчасці і распаўсюджвання кантэнту, выкарыстанне новых тэхналогій, маркетынг і рэклама, фінансавы менеджмент і іншыя аспекты, звязаныя з кіраваннем і развіццём медыябізнесу ў медыяструктурах Беларусі і Кітая.

Мэта дадзенай працы – прааналізаваць асаблівасці медыяменеджменту ў рэдакцыях беларускіх і кітайскіх СМІ, разгледзець падабенствы і адрозненні ў падыходах да кіравання рэдакцыямі, а таксама выявіць фактары, якія ўплываюць на паспяховасць бізнес-мадэляў медыякампаній у гэтых краінах.

Метады даследавання: аналогія, класіфікацыя, індукцыя, дэдукцыя, параўнанне).

Атрыманыя вынікі і іх навізна: вызначана паняцце медыяменеджменту; раскрыты функцыі і задачы медыяменеджменту; паказаны фактары, якія вызначаюць спецыфіку сучаснага медыяменеджменту; даследавана выкарыстанне медыятэхналогій у кіраванні рэдакцыямі СМІ Кітая; паказаны архітэктурныя змены ў рэдакцыйных калектывах СМІ Беларусі.

Галіна магчымага практычнага прымянення: Магчымай галіной практычнага прымянення вынікаў гэтай работы можа стаць паляпшэнне практык медыяменеджменту ў рэдакцыях беларускіх і кітайскіх СМІ, а таксама распрацоўка рэкамендацый для кіравання і развіцця медыябізнесу ў гэтых рэгіёнах. Вынікі даследавання могуць быць карысныя для кіраўнікоў медыякампаній, журналістаў, маркетолагаў і ўсіх, хто цікавіцца сучаснымі тэндэнцыямі ў кіраванні СМІ.

ABSTRACT

Diploma work: – 77, sources – 56, illustrations – 3, table – 1.

MEDIA MANAGEMENT, EDITORIAL MANAGEMENT, MEDIA, MASS MEDIA, MEDIA TECHNOLOGIES, NEWS AGENCY.

The object of the research is media management in the editorial offices of the Belarusian and Chinese media.

The subject of the study is the organizational structure, management strategies, content production and distribution processes, the use of new technologies, marketing and advertising, financial management and other aspects related to the management and development of media business in the media structures of Belarus and China.

The purpose of this work is to analyze the features of media management in the editorial offices of Belarusian and Chinese media, to consider similarities and differences in approaches to managing editorial offices, and to identify factors that affect the success of business models of media companies in these countries.

Research methods: analogy, classification, induction, deduction, comparison).

The obtained results and their novelty: the concept of media management is defined; disclosed the functions and tasks of media management; the factors that determine the specifics of modern media management are shown; explored the use of media technologies in the editorial management of the Chinese media; architectural changes in the editorial teams of the media in Belarus are shown.

Area of possible practical application: A possible area of practical application of the results of this work can be the improvement of media management practices in the editorial offices of the Belarusian and Chinese media, as well as the development of recommendations for the management and development of media business in these regions. The results of the study can be useful for the heads of media companies, journalists, marketers and anyone interested in modern trends in media management.