

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра международной журналистики**

Го Тун

**Использование «больших данных» в коммуникационных стратегиях
медийных организаций Китая**

Дипломная работа

Научный руководитель:
доктор эконом. наук,
профессор
Солодовников С.Ю.

Допущена к защите
«__» _____ 2024 г.
Заместитель декана _____
кандидат филологических наук,
доцент Е.Р.Хмель

Минск, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ..... | 5 |
| ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ «БОЛЬШИХ ДАННЫХ» В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ..... | 7 |
| 1.1 Роль и влияние цифровизации на медиапотребление | 7 |
| 1.2 Коммуникативная стратегия «больших данных» в медиапространстве..... | 14 |
| 1.3 Эффекты и эффективность медиакоммуникаций..... | 20 |
| ГЛАВА 2. БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ В ОНЛАЙН-СМИ КИТАЯ: ПОДХОДЫ И СТРАТЕГИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ..... | 29 |
| 2.1 Особенности применения аналитики больших данных в медиапространстве Китая..... | 29 |
| 2.2 Новые подходы к реализации коммуникативной стратегии «больших данных» онлайн-СМИ Китая..... | 36 |
| 2.3 Перспективные направления применения «больших данных» в медиаиндустрии..... | 44 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 51 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ..... | 53 |

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 57 с., 53 источника.

КОММУНИКАЦИИ, КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ, МЕДИАПРОСТРАНСТВО КИТАЯ, ЦИФРОВИЗАЦИЯ, БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ, МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Объект исследования – медиaproстранство Китая.

Предмет исследования – аналитика больших данных в медиaproстранстве Китая.

Цель дипломной работы – изучить коммуникативную стратегию «больших данных» и особенности медиапотребления.

Методы исследования: методологической основой теоретической части исследования является анализ, синтез и обобщение данных научно-методической литературы.

Исследования и разработки: исследованы общие теоретические положения о механизмы влияния «больших данных» на медиапотребление; выявлены новые подходы к реализации коммуникативной стратегии «больших данных» онлайн-СМИ Китая; разработаны перспективные направления применения «больших данных» в медиаиндустрии.

Элементы научной новизны заключается в выявлении особенностей и специфики использования «больших данных» на медиапотребление в Китае.

Область возможного практического применения: использование теоретико-методологических положений и выводов, сформулированных в дипломной, в качестве прикладных научно-методических разработок и рекомендаций в сфере коммуникаций и продвижения информации.

Социальная и экономическая значимость результатов исследования: содержание данной работы способствует углублению знаний о механизмах влияния «больших данных» на медиапотребление.

Автор работы подтверждает, что приведенный в магистерской диссертации материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

ABSTRACT

Graduate work: 57 p., 53 sources.

COMMUNICATIONS, COMMUNICATION STRATEGY, CHINA'S MEDIA SPACE, DIGITIZATION, BIG DATA, MEDIA CONSUMPTION, TARGET AUDIENCE

The object of the study is the media space of China.

The subject of the study is big data analytics in the Chinese media space.

The purpose of the thesis is to study the communication strategy of “big data” and the features of media consumption.

Research methods: the methodological basis of the theoretical part of the study is the analysis, synthesis and generalization of scientific and methodological literature data.

Research and development: general theoretical provisions on the mechanisms of influence of “big data” on media consumption have been studied; new approaches to the implementation of the “big data” communication strategy of China’s online media have been identified; Promising areas for the use of “big data” in the media industry have been developed.

The elements of scientific novelty lie in identifying the features and specifics of the use of “big data” on media consumption in China.

Area of possible practical application: the use of theoretical and methodological principles and conclusions formulated in the thesis as applied scientific and methodological developments and recommendations in the field of communications and information promotion.

Social and economic significance of the research results: the content of this work helps to deepen knowledge about the mechanisms of influence of “big data” on media consumption.

The author of the work confirms that the material presented in the master's thesis correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

ВВЕДЕНИЕ

С наступлением нового века, с быстрым развитием технологий обработки информации, у аудитории появились более высокие требования к доступу к информации. На фоне этих изменений ускоряется интеграция традиционных средств массовой информации, представленных газетами, радио и телевидением, с Интернетом и сетями связи. Сетевая связь, построенная на основе цифровых электронных коммуникационных технологий, с волоконно-оптическими линиями связи в качестве носителей передачи, значительно увеличила скорость распространения информации.

Развитие цифровых технологий может преодолеть барьер различных форм медиа, так что медиа образуют глубокое сотрудничество в области контента, технологий, терминалов и т. д., а не просто форму дополнения. Наступила целая эра СМИ.

На этом коммуникационном рынке средства массовой информации могут выбирать наиболее подходящую форму и канал освещения в СМИ в соответствии с различными потребностями аудитории, предоставлять суперсегментированные услуги, достигать всестороннего охвата аудитории и достигать наилучшего коммуникационного эффекта. Наступление эры всех средств массовой информации оказало большое влияние на традиционные средства массовой информации, значительно ослабив их возможности по распространению новостей.

В новой коммуникационной среде важным вопросом, которым журналисты должны заняться в настоящее время, стало то, как новостная коммуникация должна реагировать на внешние изменения, усиливать коммуникативную мощь и добиваться ее трансформации и развития.

Все вышеперечисленное является именно причиной того, почему в этой новой ситуации важно учитывать этические аспекты использования больших данных, когда речь идет о журналистике и социальных науках в целом. Как объясняется в этой рукописи, универсальность больших данных открывает множество новых возможностей в различных секторах средств массовой информации, но это одновременно означает, что они имеют и другие далеко идущие этические последствия. Как и в случае любого нового технологического развития, которое направлено на фундаментальное изменение методов работы журналистской профессии, например, внедрения алгоритмических технологий, большие данные также имеют свою долю этических соображений.

Цель дипломной работы – изучить коммуникативную стратегию «больших данных» и особенности медиапотребления.

Задачи дипломной работы:

- изучить роль и влияние цифровизации на медиапотребление;
- исследовать коммуникативную стратегию «больших данных» в медиапространстве;
- описать эффекты и эффективность медиакоммуникаций
- проанализировать особенности применения аналитики больших данных в медиапространстве Китая;
- выявить новые подходы к реализации коммуникативной стратегии «больших данных» онлайн-СМИ Китая;
- рассмотреть перспективные направления применения «больших данных» в медиаиндустрии.

Объект исследования – медиапространство Китая.

Предмет исследования – аналитика больших данных в медиапространстве Китая.

Методологической основой теоретической части исследования является анализ, синтез и обобщение данных научно-методической литературы.

Практическое значение полученных результатов – материалы дипломной работы могут быть использованы для успешного создания нового диджиталмедиа на медиарынке Китая. Рекомендации, которые предложены помогут современным онлайн-СМИ оставаться востребованными и конкурентоспособными. Полученные результаты также можно использовать при разработке курсов и спецкурсов в коммуникативистике, диджитал-журналистике или как основа для дальнейших научных исследований цифрового развития медиасреды Китая.

Структура работы. Дипломная работа состоит из введения, 2 глав (6 подразделов), выводов к разделам, общим выводам и списку использованных источников (53). Общий объем работы составляет 57 страниц, основное содержание изложено на 52 страницах.