

MINISTRY OF EDUCATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS
BELARUSIAN STATE UNIVERSITY
FACULTY OF JOURNALISM
Department of International Journalism

FU Xianjie

**REGIONAL MEDIA
OF CHINA IN SHAPING PUBLIC OPINION**

Master's Thesis

Scientific supervisor:
I.V. Pasukevich
Senior lecturer

Admitted for defence

«__» _____ 2025

Head of the Department of International Journalism

PhD in Philology, Associate Professor T.V. Saladounikava

Minsk, 2025

SUMMARY

The structure of this thesis includes: an introduction, general overview, three chapters, a conclusion, and a list of references, which contains 58 sources, 1 appendices, which contains 3 tables. The volume of the master's thesis «Regional Media of China in Shaping Public Opinion » is 66 pages.

Key words: REGIONAL MEDIA, PUBLIC OPINION, COMMUNICATION STRATEGIES, DIGITAL TOOLS, AGENDA SETTING, DISCOURSE CONSTRUCTION, CHINA

The purpose of the research is to determine the mechanism regional mass media of China operate to shape public opinion.

The object is the outlets of regional mass media of China, encompassing traditional media and cases of their integration with digital platforms.

The subject is the strategies regional mass media in China employ to shape public opinion.

The methods used in the thesis are qualitative content analysis of regional media outputs, case study method, literature review of scholarly works in media studies and political communication, comparative analysis of digital and traditional media strategies.

The research results are the following. The study expounds the evolution process, functions, and current operation methods of regional mass media in China; emphasizes how regional media have transformed from traditional propaganda tools led by the party into more interactive and digitally-adapted platforms; indicates that regional media have adopted specific methods and tools in constructing public discourse; provides recommendations for strengthening the role of regional mass media in fostering informed, diverse, and constructive public opinion in China.

The novelty of the study lies in a cross-disciplinary perspective, integrating political communication, regional development, and the integration of digital media. The study links the macro-level theory of public opinion with the practical strategies of local media; conducts a detailed assessment of how digital platforms affect the communication methods of local media; proposes a multi-level analytical framework to understand the dual identity of regional media in the digital age and points out challenges faced by regional media that have not received sufficient attention.

The areas of possible practical implementation: regional media policies, official communication practices, and media literacy development.

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

implementation.

РЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Структура данной магистерской диссертации включает: введение, общий обзор, три главы, заключение и список использованных источников, включающий 58 наименований, а также одно приложение, содержащее 3 таблицы. Объём магистерской диссертации «Региональные средства массовой информации Китая в формировании общественного мнения» составляет 66 страниц.

Ключевые слова: РЕГИОНАЛЬНЫЕ СМИ, ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ, КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ, ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, УСТАНОВКА ПОВЕСТКИ, КОНСТРУИРОВАНИЕ ДИСКУРСА, КИТАЙ

Цель исследования определить механизм, с помощью которого региональные средства массовой информации Китая формируют общественное мнение.

Объектом исследования являются региональные средства массовой информации Китая, включая традиционные СМИ и случаи их интеграции с цифровыми платформами.

Методы исследования: качественный контент-анализ продукции региональных СМИ, метод кейс-стади, обзор научной литературы по медиазнанию и политической коммуникации, сравнительный анализ стратегий традиционных и цифровых СМИ.

Результаты исследования следующие. В работе раскрываются процесс эволюции, функции и современные методы деятельности региональных СМИ Китая; подчеркивается, что региональные СМИ трансформировались из традиционных пропагандистских инструментов, управляемых партией, в более интерактивные и цифрово адаптированные платформы; указывается, что региональные СМИ применяют конкретные методы и инструменты при формировании общественного дискурса; предлагаются рекомендации по усилению роли региональных СМИ в формировании информированного, разнообразного и конструктивного общественного мнения в Китае.

Новизна исследования заключается в междисциплинарном подходе, сочетающем политическую коммуникацию, региональное развитие и интеграцию цифровых медиа. Работа связывает макроуровневую теорию общественного мнения с практическими стратегиями местных СМИ; проводит подробную оценку влияния цифровых платформ на коммуникационные методы региональных СМИ; предлагает многоуровневую аналитическую модель для понимания двойственной идентичности региональных СМИ в цифровую эпоху и указывает на

проблемы, с которыми сталкиваются региональные СМИ, но которым ранее не уделялось должного внимания.

Область возможного практического применения: политика в сфере региональных СМИ, официальные коммуникационные практики, развитие медиаграмотности.

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

碩士論文摘要

本論文的結構包括：引言、總體概述、三個章節、結論，以及包含 58 條文獻來源的參考文獻清單與一個附錄（含 3 個表格）。碩士論文《中國區域媒體在塑造公共輿論中的作用》總頁數為 66 頁。

關鍵詞：區域媒體、公共輿論、傳播策略、數位工具、議程設定、話語建構、中國

本研究的目的是探討中國區域大眾媒體在塑造公共輿論方面的運作機制。

研究對象為中國的區域大眾媒體機構，包括傳統媒體及其與數位平台融合的案例。

研究主體是中國區域媒體在塑造公共輿論中所採取的策略。

本論文所使用的研究方法包括：對區域媒體內容進行的質性分析、個案研究法、對媒體研究與政治傳播領域學術文獻的文獻綜述，以及對數位與傳統媒體策略的比較分析。

研究結果如下：本研究闡述了中國區域大眾媒體的演變過程、功能與當前運作方式；強調區域媒體如何從過去由黨主導的宣傳工具，轉型為更具互動性並適應數位時代的平台；指出區域媒體在建構公共話語方面所採用的具體方法與工具；並提出若干建議，以加強區域媒體在中國建設知情、多元、建設性公共輿論方面的角色。

本研究的創新性在於其跨學科視角，融合政治傳播、區域發展與數位媒體融合等領域；將公共輿論的宏觀理論與地方媒體的實踐策略聯繫起來；對數位平台如何影響地方媒體的傳播方式進行了深入評估；提出一個多層次分析框架來理解數位時代區域媒體的雙重身份，並指出目前尚未受到足夠關注的區域媒體所面臨的挑戰。

實踐應用領域包括：區域媒體政策、官方傳播實踐與媒體素養發展等方面。作者確認碩士論文資料和結果的可靠性以及論文實施的獨立性。