

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

ЯНЬ Синлэ

ИНТЕГРАЦИЯ НОВЫХ И ТРАДИЦИОННЫХ МЕДИА

Магистерская диссертация
АННОТАЦИЯ
Специальность 7-06-0321-02 Коммуникации

Научный руководитель:
Л.Г. Титаренко
доктор социологических наук,
профессор

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Структура работы состоит из 3 глав. Первая глава посвящена продвижению использования цифровых видеосервисов и социальных медиа, адаптированных к индивидуальным предпочтениям, для усиления взаимодействия пользователей. Вторая глава анализирует методы и политики для успешного сочетания новых и традиционных медиа. Третья глава исследует последствия, трудности, возможности и ограничения интеграции медиа, подчеркивая его потенциал для позитивных изменений и проблемы, которые необходимо преодолеть.

Магистерская диссертация содержит 63 страниц, 3 рисунка и использует 52 источника.

Ключевые слова: интеграция медиа, новые медиа, традиционные медиа, коммуникационные стратегии, вовлечение аудитории, цифровое преобразование, экономическое влияние, социальные изменения.

Объектом исследования является сближение новых и традиционных медиа в современных коммуникационных стратегиях.

Предметом исследования являются стратегии, проблемы и преимущества интеграции новых и традиционных медиа для медиа-организаций в различных контекстах.

Целью магистерской диссертации является понимание влияния интеграции медиа на отрасль, социальное общение и экономическое развитие, а также выявление стратегий для повышения вовлечения аудитории, расширения охвата и увеличения доходов.

В рамках данного исследования был использован мультиметодологический подход, включающий обзор литературы, изучение случаев, анализ данных и интервью/опросы у профессионалов и аудитории.

Магистерская диссертация представляет ключевые концепции, такие как кросс-платформенное деление контента, совместное производство и таргетированный маркетинг. Она анализирует тенденции и проблемы, связанные с технологиями, ожиданиями аудитории и оптимизацией ресурсов. Она также выявляет экономические преимущества, в том числе диверсификацию доходов, экономию затрат и создание рабочих мест, а также социальные последствия в отношении распространения информации, сохранения культуры, межкультурного понимания и трансформации. Результаты дают представление о модели успешной интеграции медиа и корреляциях между интеграцией медиа и вовлечением аудитории, персонализацией и экономической эффективностью. Сфера практического применения включает последствия для медиа-организаций, политики, рекламодателей, исследователей и учебных программ.