

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

ЧЖУН Юйфэй

**СПЕЦИФИКА КРОСС-КУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ
В ЭПОХУ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА**

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

Научный руководитель:
В.С. Сайганова
кандидат философских наук,
доцент

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Структура магистерской диссертации включает две главы. Первая глава посвящена современной теории кросс-культурной коммуникации. Вторая глава представляет собой углубленный анализ влияния социальных медиа на межкультурную коммуникацию в контексте конкретного исследования.

Магистерская диссертация включает 77 страниц, 19 иллюстраций, 0 таблицу, 0 приложение и 38 использованный источник.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, социальные сети, культурные измерения, культурная идентичность, виртуальное взаимодействие, глобализация, инкультурация.

Объект - межкультурная коммуникация.

Предмет - особенности межкультурной коммуникации в эпоху социальных медиа.

Цель магистерской диссертации - выявить специфику, принципы и стратегии межкультурной коммуникации в эпоху социальных медиа.

В данном исследовании использованы такие методы, как общий анализ, синтез, дедукция, описание, аналогия, диагностика, сравнение, метод кейс-стади, текстовый анализ и контент-анализ.

В магистерской диссертации, посвященной межкультурной коммуникации в эпоху социальных медиа, выделяется несколько ключевых аспектов. Во-первых, влияние социальных медиа на межкультурную коммуникацию. Социальные медиа сделали межкультурную коммуникацию более удобной, частой и глубокой, но они также несут в себе некоторые проблемы, такие как информационная перегрузка и культурное недопонимание. Во-вторых, влияние виртуального взаимодействия на культурную идентичность в контексте социальных медиа. Виртуальное взаимодействие не только усиливает идентификацию индивидов с определенной культурой, но и несет в себе возможность культурного непонимания и конфликтов. В-третьих, стратегии кросс-культурной рекламной коммуникации. Успешная кросс-культурная рекламная коммуникация должна адаптироваться к различным культурным традициям, включать в себя культурные элементы и точно нацеливаться на эмоциональные призывы. Данное исследование расширяет теорию кросс-культурной коммуникации на теоретическом уровне, обеспечивает руководство для стратегий кросс-культурной рекламной коммуникации и предоставляет рекомендации по улучшению платформ социальных медиа. Оно демонстрирует новые характеристики, проблемы и влияние кросс-культурной коммуникации в эпоху социальных медиа.