

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

ЛИ Юэ

**ИССЛЕДОВАНИЕ МОДЕЛИ ПРОИЗВОДСТВА МЕЖДУНАРОДНОГО  
КОММУНИКАЦИОННОГО КОНТЕНТА**

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

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

Минск, 2025

## АННОТАЦИЯ

Диссертация на соискание степени мастера состоит из трех глав. В первой главе строится теоретическая рамка. В второй главе представлена модель, а также эмпирически проверяется взаимодействие между ее переменными. В третьей главе предлагаются пути реконструкции производственной модели, включая проверку гипотез, разработку промышленных стратегий и политик, а также определение ограничений исследования и будущих направлений.

Магистерская диссертация включает 73 страницы, 20 рисунков, 9 таблиц, 2 приложения и 63 источника.

Ключевые слова: производство контента международной коммуникации, синергия культуры, экономики и технологии, модели производства международного коммуникационного контента

Объектом исследования является модель производства контента международной коммуникации.

Предметом исследования — производство контента международной коммуникации.

Цель исследования — выявить инновационные стратегии в производстве контента международной коммуникации и предоставить теоретические и практические рекомендации.

В работе комплексно применяются методы обзора научной литературы, анализа конкретных случаев, полевое исследование, количественный и качественный анализ, сравнительный анализ, а также индуктивно-дедуктивный синтез.

Магистерская диссертация представляет характеристики производства контента международной коммуникации в цифровую эпоху, например, связи с технологиями, экономикой и культурой. Она описывает теории и концепции, анализирует взаимодействие этих элементов с использованием количественных методов и примеров, а также определяет стратегии перестройки моделей производства контента и направления исследований. Полученные результаты представляют способы улучшения международной коммуникации для многонациональных компаний и отраслей культуры.