

МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ

БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ

ІНСТЫТУТ ЖУРНАЛІСТЫКІ

Кафедра стылістыкі і літаратурнага рэдагавання

САЧАНОК

Наталля Юр'еўна

**СМІ І САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ: ПРАКТЫКІ МЕДЫЙНАГА
ЎЗАЕМАДЗЕЯННЯ**

Дыпломная работа

Навуковы кіраўнік:
кандыдат філалагічных навук
С.В. Зелянко

Допущана да абароны

«___» _____ 2014 г.

Заг. кафедры стылістыкі і літаратурнага рэдагавання
доктар філалагічных навук, прафесар В.І. Іўчанкаў

Мінск, 2014

РЭФЕРАТ

У сучаснай Беларусі СМІ больш не з'яўляюцца манапалістамі на рынку інфармацыі. Усё часцей інтэрнэт-карыстальнікі даведваюцца пра апошнія падзеі ў краіне і свеце з сацыяльных сетак. Каб захаваць аўдыторыю ва ўмовах жорсткай канкурэнцыі, СМІ вымушаны гуляць па новых правілах і асвойваць вэб-платформы. І ад таго, наколькі паспяховая прысутнасць СМІ ў сацыяльных медыя, залежыць у цэлым яго становішча на медыярынку краіны. Найбольш востра задача "выжыць" стаіць перад друкаванымі СМІ. Па хуткасці перадачы інфармацыі газеты і часопісы значна саступаюць сацыяльным сеткам, інтэрнэт-парталам і нават аўдыёвізуальным СМІ. Больш за тое, гэта адзін з самых дарагіх відаў СМІ [12]. Таму вывучэнне магчымасцяў сацыяльных медыя як платформаў для прасоўвання друкаваных СМІ з'яўляецца найбольш актуальным і своєчасым.

Мэта працы — прааналізаваць як сацыяльныя медыя ўплываюць на друкаваныя СМІ і вызначыць найболей удалую стратэгію для прасоўвання гэтага тыпу выданняў у сацыяльных сетках.

Для дасягнення пастаўленай мэты вырашаліся наступныя **задачы**:

- пазнаёміцца з навуковымі напрацоўкамі па тэме даследавання;
- разгледзіць стан і перспекывы медыярынку Беларусі;
- вылучыць эфектыўныя інструменты для прасоўвання СМІ ў сацсетках;
- прааналізаваць існуючыя SMM-стратэгіі друкаваных СМІ;
- выпрацаваць эфектыўны шлях фарміравання станоўчага вобразу СМІ ў сацыяльных сетках.

Аб'ектам дыпломнага даследавання выступаюць сацыяльныя сеткі "ВКонтакте", "Одноклассники", "Facebook", "Twitter" і газета "Комсомольская правда в Белоруссии".

Прадмет — дзейнасць рэдакцыі газеты "Комсомольская правда в Белоруссии" па прасоўванню свайго кантэнту ў сацсетках.

У дыпломнай працы выкарыстаны наступныя **метады даследавання**:

- збор і апрацоўка інфармацыі;
- кантэнт-аналіз СМІ;
- аналіз і апрацоўка статыстычных даных.

Аб'ём дыпломнай працы складае 57 старонак.

Колькасць табліц — 3.

Колькасць выкарыстаных крыніц — 33.

Ключавыя словы: МЕДЫЯРАНЫК, ДРУКАВАНЫЯ СМІ, СЫЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, SMM-ПРАСОЎВАННЕ, ІМІДЖ СМІ.

РЕФЕРАТ

В современной Беларуси СМИ больше не являются монополистами на рынке информации. Все чаще интернет-пользователи узнают о последних событиях в стране и мире из социальных сетей. Дабы сохранить аудиторию в условиях жесткой конкуренции, СМИ вынуждены играть по новым правилам и осваивать веб-платформы. И от того, насколько успешно присутствие СМИ в социальных медиа, зависит в целом его положение на медиарынке страны. Наиболее остро задача "выжить" стоит перед печатными СМИ. По скорости передачи информации газеты и журналы значительно уступают социальным сетям, интернет-порталам и даже аудиовизуальным СМИ. Более того, это один из самых дорогих видов СМИ [12]. Поэтому изучение возможностей социальных медиа как платформ для продвижения печатных СМИ является наиболее актуальным и своевременным.

Цель работы — проанализировать как социальные медиа влияют на печатные СМИ и определить наиболее удачную стратегию для продвижения данного типа изданий в социальных сетях.

Для достижения поставленной цели решались следующие **задачи**:

- ознакомиться с научными работами по теме исследования;
- рассмотреть состояние и перспективы медиарынка Беларуси;
- выделить эффективные инструменты для продвижения СМИ в соцсетях;
- проанализировать существ. SMM-стратегии печатных СМИ;
- выработать эффективный путь для формирования положительного образа СМИ в социальных сетях.

Объектом дипломного исследования выступают социальные сети "ВКонтакте", "Одноклассники", "Facebook", "Twitter" и газета "Комсомольская правда в Белоруссии".

Предмет — деятельность редакции газеты "Комсомольская правда в Белоруссии" по продвижению своего контента в соцсетях.

В дипломной работе использованы следующие **методы исследования**:

- сбор и обработка информации;
- контент-анализ СМИ;
- анализ и обработка статистических данных.

Объем дипломной работы составляет 57 страниц.

Количество таблиц — 3.

Количество использованных источников — 33.

Ключевые слова: МЕДИАРЫНОК, ПЕЧАТНЫЕ СМИ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, SMM-ПРОДВИЖЕНИЕ, ИМИДЖ СМИ.

SUMMARY

In modern Belarus media are no longer the monopoly of information. Increasingly, Internet users will learn about the latest developments in the country and in the world of social networking. In order to keep the audience in a highly competitive environment, the media has to play by the new rules and to develop web platform. And how successful media presence in social media depends on the whole his position in the media market of the country. Most urgent task is to "survive" is facing the print media. The speed of transmission of information newspapers and magazines are considerably inferior social networks, Internet portals and even audio-visual media. Moreover, it is the most expensive form of media [12]. Therefore, to explore the possibilities of social media as a platform for the promotion of print media is the most relevant and timely.

Purpose — understand how to integrate new platforms affects the viability of print media, and to determine the most appropriate strategy to promote this type of publications in social networks.

The problem solved to achieve this goal:

- become familiar with Scientific Expertise on research theme;
- review the status and prospects of the media market of Belarus;
- identify effective tools for the promotion of media data in social networks;
- analyze SMM-printed media strategy;
- Develop an effective way for the formation of a positive image of the media in social media.

Objects graduate studies are social network "ВКонтакте", "Одноклассники", "Facebook", "Twitter" and the newspaper "Комсомольская правда в Белоруссии".

Item – activities of the newspaper newspaper "Комсомольская правда в Белоруссии" to promote its content on social networks.

In the research paper, the **methods**:

- data collection and processing;
- content analysis of media;
- analysis and processing of statistical data.

The content of the thesis is 57 p.

Number of tables is 3.

Number of sources used is 33.

Keywords: MEDIA MARKET, PRINT MEDIA, SOCIAL NETWORKING, SMM-PROMOTION, IMAGE MEDIA.