

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра медиалогии и веб-журналистики**

РОГАТКО
Анастасия Юрьевна

**ПРОДВИЖЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО РЕСУРСА В
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-
ЖУРНАЛА)**

Дипломная работа

Научный руководитель –
кандидат филологических наук
доцент Н. А. Федотова

Допущена к защите

«___» _____ 2015 г.

Зав. кафедрой медиалогии и веб-журналистики
кандидат филологических наук доцент В.П. Воробьёв

Минск, 2016

РЕФЕРАТ

Объём дипломной работы – 69 страниц, количество литературных источников – 54, количество приложений – 13.

Ключевые слова: ПРОДВИЖЕНИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА, ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА, ОНЛАЙН-ИЗДАНИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЕСУРС, МУЛЬТИМЕДИЙНОСТЬ, SMM, МАРКЕТИНГ.

Продвижение в социальных сетях – это многоплановая сфера деятельности. С одной стороны она несет в себе аналитику, пиар, разработку нестандартных ходов, с другой – общение с пользователями, учет их предпочтений, умение реагировать на негативные отзывы, а с третьей – необходимость образного мышления и наличия вкуса и чувства стиля.

В основу дипломной работы положены исследования А. А. Калмыкова, Л. А. Кохановой, М. А. Улановой, А. А. Градюшко, А. В. Албитова, А. А. Амзина, К. Доктора, Д. В. Крёмнёва и других.

Предметом дипломной работы являются методы продвижения информационного ресурса в социальных сетях.

Объект исследования – аккаунты в социальных медиа онлайн-изданий, в частности – интернет-журнала КУКУ.org.

Цель работы – разработать общие правила продвижения СМИ, а также конкретных рекомендаций для выбранного издания.

В соответствии с целью исследования разработаны следующие задачи:

- Проанализировать тенденции развития современной журналистики в интернете.
- Исследовать активность и продуктивность работы белорусских СМИ с социальными сетями.
- Разработать правила продвижения в социальных медиа, учитывая специфику работы со средствами массовой информации.
- На примере интернет-журнала КУКУ.org обозначить ошибки SMM, а также установить направления, по которым должна происходить работа издания с социальными сетями.

В дипломном исследовании использованы описательный и сравнительный методы, статистический анализ интернет-изданий.

Новизна дипломной работы заключается как в исследовании общих для СМИ правил работы с социальными медиа, так и разработке конкретных рекомендаций по продвижению издания.

РЭФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай працы – 69 старонак, колькасць выкарыстаных літаратурных крыніц – 54, колькасць дадаткаў – 13.

Ключавыя словы – ПРАСОЎВАННЕ, САЦЫЯЛЬНЫЯ МЕДЫЯ, ІНТЭРНЭТ-ЖУРНАЛІСТЫКА, АНЛАЙН-ВЫДАННЕ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, ІНФАРМАЦЫЙНЫ РЭСУРС, МУЛЬТМЕДЫЙНАСЦЬ, SMM, МАРКЕТЫНГ.

Прасоўванне ў сацыяльных сетках – гэта шматпланавая сфера дзейнасці. З аднаго боку яна нясе ў сабе аналітыку, піяр, распрацоўку нестандартных хадоў, з іншай – камунікаванне з чытачамі, улік іх пераваг, уменне рэагаваць на негатыўныя водгукі, а з трэцяй – патрэба вобразнага мыслення і наяўнасці густу і пачуцця стылю. За паспяховым у сацыяльных сетках праектам стаіць карпатлівая інтэлектуальная і творчая праца.

У аснову дыпломнай працы пакладзены даследаванні А. А. Калмыкова, Л. А. Коханавай, М. А. Уланавай, А. А. Градзюшкі, А. У. Албітава, А. А. Амзіна, К. Доктара, Д. У. Крамнёва і іншых.

Прадметам дыпломнай працы з'яўляюцца метады прасоўвання інфармацыйнага рэсурсу ў сацыяльных сетках.

Аб'ект даследавання – акаунты ў сацыяльных медыя анлайн-выданняў, у прыватнасці – інтэрнэт-часопіса KYKY.org.

Мэта працы – распрацаваць агульныя правілы прасоўвання СМІ, а таксама пэўных рэкамендацый для абранага выдання.

У адпаведнасці з мэтай даследавання распрацаваны наступныя задачы:

- Прааналізаваць тэндэнцыі развіцця сучаснай журналістыкі ў інтэрнэце.
- Даследаваць актыўнасць і прадукцыйнасць працы беларускіх СМІ з сацыяльнымі сеткамі.
- Распрацаваць правілы прасоўвання ў сацыяльных медыя, улічваючы спецыфіку працы са сродкамі масавай інфармацыі.
- На прыкладзе інтэрнэт-часопіса KYKY.org пазначыць памылкі SMM, а таксама ўсталяваць кірункі, па якіх павінна адбывацца праца выдання з сацыяльнымі сеткамі.

У дыпломным даследаванні скарыстаны апісальны і параўнальны метады, статыстычны аналіз інтэрнэт-выданняў.

Навізна дыпломнай працы заключаецца як у даследаванні агульных для СМІ правіл працы з сацыяльнымі медыя, так і распрацоўцы пэўных рэкамендацый па прасоўванні выдання.

SUMMARY

Thesis consists of 69 pages, the amount of literature sources – 54, the amount of applications – 13.

Keywords: PROMOTION, SOCIAL MEDIA, ONLINE JOURNALISM, ONLINE EDITION, SOCIAL NETWORK, INFORMATION RESOURCE, MULTIMEDIA, SMM, MARKETING.

Promotion in social networks is a multifaceted field of activity. On the one hand it depends on the analysis, public relations, development of non-standard actions, on the another hand it requires communication with users, based on their preference, ability to respond to the negative reviews, and on the third hand it is caused by the need for creative thinking and the presence of taste and sense of style. For building a successful social media project it needs laborious intellectual and creative work.

The basis of the research consists of works by A. A. Kalmykov, L. A. Kokhanova, M. A. Ulanova, A. A. Gradyushko, A. V. Albitov, A. A. Amzin, K. Doctor, D. V. Kremnev and others.

The subject of the research: methods of promoting information resource on the social networks.

The object of research: accounts of social media online media, particularly – the online magazine KYKY.org.

Purpose of research: to develop common rules for promoting the media considering the specificity of recommendations for the selected website.

According to the purpose of the research we developed the following tasks:

- To analyze trends in the development of modern journalism in the Internet.
- To investigate the activity and productivity of the belarusian mass media's work with social networks.
- To develop rules of promotion in social media according to the specificity of the work with the media.
- To indicate errors and establish areas for work in social media environment for online magazine KYKY.org.

In research were used a descriptive and comparative methods, the statistical analysis of Internet publications.

The novelty of the research is presented by common rules for the media's promotion via social networks and the development of recommendations to the promotion of publications, that represents a relatively new for Belarus segment of urban journalism.