**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра телевидения и радиовещания**

МИКУЛЬЧИК

АЛЕКСАНДР ВЛАДИМИРОВИЧ

**ИНТЕРНЕТ В ПРОДВИЖЕНИИ СПОРТИВНОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО КОНТЕНТА (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕКАНАЛОВ «БЕЛАРУСЬ 5» И «EUROSPORT»: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ)**

Дипломная работа

Научный руководитель:

старший преподаватель

А. Л. Лебедева

Допущен к защите

«\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

Зав. кафедрой телевидения и радиовещания

кандидат филологических наук,

доцент А. Ю. Кузьминова

Минск, 2021

# РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы – 71 страница.

Количество использованных источников – 51.

Количество приложений – 1.

**Ключевые слова:** СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ, МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, SMM, SMM-СТРАТЕГИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ, АУДИТОРИЯ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, СМИ, КОНТЕНТ, «БЕЛАРУСЬ 5», «EUROSPORT».

**Цель исследования:** определение особенностей распространения спортивного белорусского контента на различных интернет-площадках, на примере телеканалов «Беларусь 5» и «Eurosport».

**Объект исследования:** интернет и его роль в продвижении спортивного контента.

**Предмет исследования:** контент телеканалов «Беларусь 5» и «Eurosport» и способы его продвижения в интернете.

**Актуальность исследования** обусловлена тем, что публикация качественного и актуального контента в интернете – основа успеха любого телеканала. От ведения групп в социальных сетях, развития собственных официальных сайтов, зависит рейтинг, популярность и востребованность СМИ. Сравнительный анализ продвижения спортивного контента даст возможность выявить наиболее перспективные стратегии работы для SMM-работников телеканала.

**Методы**, использованные в ходе написания дипломной работы – теоретические и эмпирические. К теоретическим относятся анализ и синтез, анализ литературы, к эмпирическим: наблюдение и описание. Были просмотрены интернет-ресурсы, где представлен контент телеканалов «Беларусь 5» и «Eurosport». Далее опубликованные материалы проанализированы и систематизированы.

**Практическая значимость** исследования заключается в возможности использования полученных результатов из исследования работниками телеканала «Беларусь 5», для продвижения своего контента в социальных сетях. Также данная дипломная работа является примером для анализа smm-сотрудникам других телеканалов, для большего взаимодействия с аудиторией.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

**РЭФЕРАТ**

Аб’ём дыпломнай працы – 71 старонка.

Колькасць выкарыстаных крыніц – 51.

Колькасць дададкаў – 1.

**Ключавыя словы:** САЦЫЯЛЬНАЯ СЕТКА, МАРКЕТЫНГ, РЭКЛАМА, SMM, SMM-СТРАТЭГІЯ, ПРАСОЎВАННЕ, АЎДЫТОРЫЯ, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, СМІ, КАНТЭНТ, «БЕЛАРУСЬ 5», «EUROSPORT».

**Мэта даследавання**: вызначэнне асаблівасцяў распаўсюджвання спартыўнага беларускага кантэнту на розных інтэрнэт-пляцоўках, на прыкладзе тэлеканалаў «Беларусь 5» і «Eurosport».

**Аб’ект**: інтэрнэт і яго роля ў прасоўванні спартыўнага кантэнту.

**Прадмет**: кантэнт тэлеканалаў «Беларусь 5» і «Eurosport» і спосабы яго прасоўвання ў інтэрнэце.

**Актуальнасць даследавання** абумоўлена тым, што публікацыя якаснага і актуальнага кантэнту ў інтэрнэце - аснова поспеху любога тэлеканала. Ад вядзення груп у сацыяльных сетках, развіцця ўласных афіцыйных сайтаў, залежыць рэйтынг, папулярнасць і запатрабаванасць СМІ. Параўнальны аналіз прасоўвання спартыўнага кантэнту дасць магчымасць выявіць найбольш перспектыўныя стратэгіі працы для SMM-працоўнікаў тэлеканала.

**Метады,** выкарыстаныя падчас напісання дыпломнай працы - тэарэтычныя і эмпірычныя. Да тэарэтычных ставяцца аналіз і сінтэз, аналіз літаратуры, да эмпірычных: назіранне і апісанне. Былі прагледжаны інтэрнэт-рэсурсы, дзе прадстаўлены кантэнт тэлеканалаў «Беларусь 5» і «Eurosport». Далей апублікаваныя матэрыялы прааналізаваны і сістэматызаваны.

**Практычная значнасць** заключаецца ў магчымасці выкарыстання вынікаў даследавання працоўнікамі тэлеканала «Беларусь 5» для прасоўвання свайго кантэнту ў сацыяльных сетках. Таксама дыпломная праца з'яўляецца прыкладам для аналізу smm-супрацоўнікам іншых тэлеканалаў, для большага ўзаемадзеяння з аўдыторыяй.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

**ABSTRACT**

Volume of the diploma – 71 pages.

Amount of used sources – 51.

Number of applications – 1.

**Keywords**: SOCIAL NETWORK, MARKETING, ADVERTISING, SMM, SMM-STRATEGY, PROMOTION, AUDIENCE, THE TARGET AUDIENCE, MEDIA, CONTENT, «BELARUS 5», «EUROSPORT».

**Purpose of the research:** to determine the key features of the distribution of Belarusian sports content on various Internet resources, using the example of the TV channels «Belarus 5» and «Eurosport».

**Object of the research:** Internet and his role in promoting sports content.

**Subject of the research:** content of the TV channels«Belarus 5» and «Eurosport» and ways they are promoted on the Internet.

**Relevance of the research** is determined that quality and actual content publication on the Internet is the base of the success of any TV channel. The rating, popularity and actuality of any media strictly depends on the management of the groups in social networks and developing of their own official sites. A comparative analysis of the sports content promotion gives an opportunity to identify the most perspective strategies for the TV channel's SMM employees.

**Methods**, used in the process of writing current diploma work - theoretical and empirical. Theoretical methods include: analysis and synthesis, analysis of specialized literature, empirical includes observation and description. Were viewed Internet resources where content of the TV channels«Belarus 5» and «Eurosport» is shown. Further, the published materials were analyzed and systematized.

**The practical value** of the research is in an opportunity of research results usage by the TV channel«Belarus 5» employees for promoting their own content in social networks. Also that thesis is an example for analysis by the SMM-specialists of the other TV channels for more interaction with the audience.

Thesis’ author confirms thesis’ materials and results authenticity and independence of its accomplishment.