

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

ЦУЙ Ифань

**ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ВИДЕОКОНТЕНТА
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

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

Научный руководитель:
А.В. Посталовский
кандидат социологических наук,
доцент

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Магистерская диссертация включает введение и три главы. В первой главе рассматриваются характеристики видеоконтента и платформ социальных сетей, подчеркивая важность эмоционального и повествовательного воздействия, функций платформы и поведения пользователей. Вторая глава углубляется в технологии и стратегии для продвижения видеоконтента, включая оптимизацию видео, рекламу в социальных сетях и анализ данных. Третья глава оценивает эффективность этих стратегий продвижения по службе, сосредотачиваясь на их влиянии на видимость контента, вовлечение пользователей и общую эффективность маркетинга.

Магистерская диссертация включает в себя 60 страниц с 3 изображениями, 3 таблицами и 61 использованным источником.

Ключевые слова: социальные сети, видеоконтент, технология продвижения, методы обратной связи с пользователями, методы сбора данных, стратегия контента.

Объектом исследования является технология для продвижения видеоконтента на социальных сетях.

Предметом исследования являются технологические инструменты и стратегии, используемые для повышения видимости, охвата и вовлечения видеоконтента в социальных сетях.

Цель магистерской диссертации состоит в том, чтобы предоставить всесторонний анализ технологий и стратегий, используемых при продвижении видеоконтента в социальных сетях, оценить их эффективность в повышении видимости контента и вовлеченности пользователей, а также выявление текущих проблем и будущих тенденций в этой области.

В исследовании используется подход смешанных методов, объединяющий обзор литературы, тематические исследования, анализ данных.

Проведенное исследование дало всестороннее понимание динамики продвижения видеоконтента на платформах социальных сетей. Анализ выявил критические факторы, влияющие на видимость контента, вовлечение пользователей и вирусный потенциал, включая эмоциональное и повествовательное влияние видеоконтента, функции, специфичные для платформы и модели взаимодействия с пользователем. Результаты подчеркивают необходимость в сбалансированном подходе, который использует технологические инновации при уважении к конфиденциальности пользователей.

Этот тезис вносит ценную информацию об оптимизации стратегий цифрового маркетинга, создании контента и управлении социальными сетями для улучшения продвижения видеоконтента и вовлечения пользователей,

предлагая целостное представление о взаимодействии между контентом, платформами и поведением пользователей. Этот всесторонний обзор синтезирует сильные стороны модельных ответов, одновременно устраняя незначительные несоответствия, обеспечивая четкое понимание значения и последствий исследований в области маркетинга в социальных сетях.