

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати и веб-журналистики

ЧАБАН Виктор Сергеевич

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ СМИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:
СПЕЦИФИКА И СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ КОНТЕНТА
(НА МАТЕРИАЛЕ ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА
«БОБРУЙСК МЕДИА»)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук, доцент
Прохореня М.В.

Допущена к защите

«__» _____ 2025 г.

Заведующий кафедрой _____

доктор филологических наук, доцент Харитонов С.В.

Минск, 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ.....	3
РЭФЕРАТ.....	4
ABSTRACT.....	5
ВВЕДЕНИЕ.....	6
ГЛАВА 1 РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРЕССА КАК СЕГМЕНТ МЕДИАПРОСТРАНСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	9
1.1 Функциональный потенциал региональных СМИ	9
1.2 Информационное агентство «Бобруйск Медиа»: особенности производства контента.....	15
ГЛАВА 2 РЕГИОНАЛЬНЫЕ СМИ В УСЛОВИЯХ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ	23
2.1 Медиапроцессы в условиях цифровизации	23
2.2 Возможности интернет-технологий в продвижении контента региональных СМИ.....	25
2.3 Социальные сети как инструмент продвижения контента	35
ГЛАВА 3 ПРОДВИЖЕНИЕ КОНТЕНТА ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА «БОБРУЙСК МЕДИА» В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ	39
3.1 Специфика продвижения в социальных сетях	39
3.2 Контент-стратегии информагентства «Бобруйск Медиа» в социальных сетях	49
3.3 Рекомендации по оптимизации продвижения «Бобруйск Медиа» в социальных сетях	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	59
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	62
ПРИЛОЖЕНИЯ	67

РЕФЕРАТ

Дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников (59 позиций), приложений (15). Объем дипломной работы – 82 страницы.

Ключевые слова: РЕГИОНАЛЬНЫЕ СМИ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ, «БОБРУЙСК МЕДИА», МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИЯ, ЦИФРОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ, МЕДИАПРОСТРАНСТВО.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью адаптации региональных средств массовой информации к условиям цифровизации и активной конкуренции с глобальными и республиканскими медиаплатформами. Особое внимание уделено функционированию социальных сетей как важнейшего инструмента взаимодействия с аудиторией, повышения лояльности и конкурентоспособности локальных медиа.

Объектом исследования являются региональные СМИ Республики Беларусь.

Предметом исследования выступает информационное агентство «Бобруйск Медиа», а также его аккаунты в социальных сетях.

Цель дипломной работы – определить специфику и стратегии продвижения контента информационного агентства «Бобруйск Медиа» в социальных сетях.

В процессе работы использованы *методы* описания, анализа и синтеза, наблюдения, контент-анализа, анкетирования, сравнительного анализа, а также методы классификации и типологизации.

Полученные результаты и их новизна: в работе проанализированы особенности медиапроизводства и стратегий продвижения контента в социальных сетях на примере информационного агентства «Бобруйск Медиа». Проведен контент-анализ публикаций, изучены предпочтения аудитории, выявлены ключевые механизмы взаимодействия с подписчиками, сформулированы рекомендации по оптимизации присутствия агентства в цифровом медиапространстве.

Автор подтверждает достоверность представленных материалов и самостоятельность выполнения дипломной работы.

Область практического применения: рекомендации и выводы могут быть использованы региональными СМИ при разработке и совершенствовании стратегий цифрового продвижения, а также в учебном процессе факультета журналистики.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца складаецца з уводзін, трох глаў, заключэння, спісу выкарыстаных крыніц (59 пазіцый), дадаткаў (15). Аб'ём дыпломнай працы – 82 старонкі.

Ключавыя словы: РЭГІЯНАЛЬНЫЯ СМІ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, ЛІЧБАВАЯ ТРАНСФАРМАЦЫЯ, «БАБРУЙСК МЕДЫЯ», МЕДЫЯКАНВЕРГЕНЦЫЯ, ЛІЧБАВАЕ ПРАСОЎВАННЕ, МЕДЫЯПРАСТОРА.

Актualityнасць даследавання абумоўлена неабходнасцю адаптацыі рэгіянальных сродкаў масавай інфармацыі да ўмоў лічбававізацыі і актыўнай канкурэнцыі з глабальнымі і рэспубліканскімі медыя. Асаблівая ўвага нададзена функцыянаванню сацыяльных сетак як найважнейшага інструмента ўзаемадзеяння з аўдыторыяй, павышэння лаяльнасці і канкурэнтаздольнасці лакальных СМІ.

Аб'ектам даследавання з'яўляюцца рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь.

Прадметам даследавання выступае інфармацыйнае агенцтва «Бабруйск Медыя», а таксама яго акаўнты ў сацыяльных сетках.

Мэта дыпломнай працы – вызначыць спецыфіку і стратэгіі прасоўвання кантэнту інфармацыйнага агенцтва «Бабруйск Медыя» ў сацыяльных сетках.

У працэсе работы выкарыстоўваюцца *метады* апісання, аналізу і сінтэзу, назірання, кантэнт-аналізу, анкетавання, параўнальнага аналізу, а таксама метады класіфікацыі і тыпалогіі.

Атрыманыя вынікі і іх навіны: у рабоце прааналізаваны асаблівасці медыявытворчасці і стратэгіі прасоўвання кантэнту ў сацыяльных сетках на прыкладзе інфармацыйнага агенцтва «Бабруйск Медыя». Праведзены кантэнт-аналіз публікацый, вывучаны перавагі аўдыторыі, выяўлены ключавыя механізмы ўзаемадзеяння з падпісчыкамі, сфармуляваны рэкамендацыі па аптымізацыі прысутнасці агенцтва ў лічбавай медыяпрасторы.

Аўтар пацвярджае дакладнасць прадстаўленых матэрыялаў і самастойнасць выканання дыпломнай работы.

Вобласць практычнага прымянення: рэкамендацыі і высновы могуць быць выкарыстаны рэгіянальнымі СМІ пры распрацоўцы і ўдасканаленні стратэгий лічбавага прасоўвання, а таксама ў навучальным працэсе факультэта журналістыкі.

ABSTRACT

The thesis consists of an introduction, three chapters, conclusion, list of used sources (59 items), appendices (15). The volume of the thesis is 82 pages.

Keywords: REGIONAL MEDIA, SOCIAL NETWORKS, DIGITAL TRANSFORMATION, “BOBRUIISK MEDIA”, MEDIA CONVERGENCE, DIGITAL PROMOTION, MEDIA SPACE.

The relevance of the study is conditioned by the need to adapt regional media to the conditions of digitalization and active competition with global and national media platforms. Special attention is paid to the functioning of social networks as the most important tool of interaction with the audience, increasing loyalty and competitiveness of local media.

The object of the study is regional media of the Republic of Belarus.

The subject of the study is the information agency "Bobruisk Media", as well as its accounts in social networks.

The purpose of the thesis is to determine the specifics and strategies for promoting the content of the information agency "Bobruisk Media" in social networks.

The methods of description, analysis and synthesis, observation, content analysis, questionnaires, comparative analysis, as well as methods of classification and typologization were used in the process of work.

The results obtained and their novelty: the paper studies theoretical and methodological aspects of the functioning of regional media in the conditions of digital transformation, analyzes the features of media production and content promotion strategies in social networks on the example of the news agency “Bobruisk Media”. Content analysis of publications was conducted, audience preferences were studied, key mechanisms of interaction with subscribers were identified, and recommendations for optimizing the agency's presence in the digital media space were formulated.

The author confirms the reliability of the presented materials and the independence of the thesis.

Scope of practical application: the recommendations and conclusions can be used by regional media in developing and improving digital promotion strategies, as well as in the educational process of the Faculty of Journalism.