

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

ПАНАСЮК Мария Владимировна

**ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРЕССА БЕЛАРУСИ:
ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЯ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук, доцент
В.И. Шимолин

Допущена к защите

« ___ » _____ 2025 г.

Зав. кафедрой периодической печати и веб-журналистики
доктор филологических наук, доцент С.В. Харитонова

Минск, 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ	3
РЭФЕРАТ	4
ABSTRACT	5
ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1 ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРЕССА КАК СЕКМЕНТ МЕДИАПРОСТРАНСТВА	9
1.1 Функциональный потенциал общественно-политической прессы	9
1.2 Ведущие общественно-политические СМИ Республики Беларусь	11
Выводы по главе 1	18
ГЛАВА 2 ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРЕССА В УСЛОВИЯХ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ	20
2.1 Медиапроцессы в условиях цифровизации	20
2.2 Возможности интернет-технологий в продвижении медиаконтента	24
2.3 Социальные медиа как инструмент продвижения контента	29
Выводы по главе 2	32
ГЛАВА 3 ПРОИЗВОДСТВО МЕДИАКОНТЕНТА В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТ «СБ. БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ», «ЗВЯЗДА», «МИНСКАЯ ПРАВДА»)	34
3.1 Специфика продвижения в социальных сетях	34
3.2 Контент общественно-политической прессы в мессенджерах.....	40
Выводы по главе 3	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	64
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	68
ПРИЛОЖЕНИЯ	72

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 79 страниц (9 приложений), 3 главы, 49 источников в списке использованной литературы.

Ключевые слова: ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРЕССА, БЕЛАРУСЬ, ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЕ, ЦИФРОВИЗАЦИЯ МЕДИАСРЕДЫ, «СБ. БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ», «ЗВЯЗДА», «МИНСКАЯ ПРАВДА», ОНЛАЙН-РЕСУРСЫ, МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ФОРМАТЫ

Объект исследования – «СБ. Беларусь сегодня», «Звезда», «Минская правда».

Предмет исследования – технологии Интернет-продвижения этих изданий в условиях цифровизации медиасреды.

Цель дипломной работы – анализ и оценка применяемых методов Интернет-продвижения общественно-политической прессы Беларуси и выявление эффективных стратегий цифрового взаимодействия с целевой аудиторией.

Методы исследования. Теоретические: изучение и обобщение, анализ, познавательный синтез и аналогия, индукция и дедукция. Эмпирические: наблюдение, моделирование, сравнение.

Полученные результаты: изучив основные тенденции, влияющие на белорусские СМИ, такие как цифровизация, внедрение мультимедийных форматов, а также коммерциализация медиа. Выявлены ключевые особенности адаптации белорусских изданий к новым условиям: переход на онлайн-ресурсы, необходимость поиска новых моделей монетизации и изменения в подходах к созданию контента. Проанализированы изменения в жанровых формах и влияние этих процессов на восприятие аудитории. Результаты работы позволяют сделать выводы о том, как белорусские СМИ адаптируются к изменяющимся условиям рынка и каким образом это отражается на их контенте и бизнес-моделях.

Новизна работы заключается в комплексном сравнительном анализе трёх ведущих государственных белорусских медиа на примере конкретного временного периода и актуальной тематики.

Практическое значение исследования состоит в результатах исследования, которые могут быть использованы при подготовке журналистов, медиатекстологов, PR-специалистов и медиакритиков.

Работа выполнена самостоятельно.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 79 старонак (9 прыкладанняў), 3 главы, 49 крыніц у спісе выкарыстанай літаратуры.

Ключавыя словы: ГРАМАДСКА-ПАЛІТЫЧНАЯ ПРЭСА, БЕЛАРУСЬ, ІНТЭРНЭТ-ПРАСОЎВАННЕ, ЛІЧБАВАЯ МЕДЫЯПРАСТОРА, «СБ. БЕЛАРУСЬ СЁННЯ», «ЗВЯЗДА», «МІНСКАЯ ПРАЎДА», ІНТЭРНЭТ-РЭСУРСЫ, МУЛЬТЫМЕДЫЙНЫЯ ФАРМАТЫ

Аб'ект даследавання – «СБ. Беларусь сегодня», «Звезда» і «Мінская праўда».

Прадмет даследавання – тэхналогіі інтэрнэт-прасоўвання гэтых выданняў ва ўмовах лічбавізацыі медыяасяроддзя..

Мэта дыпломнай работы – аналіз і ацэнка метадаў інтэрнэт-прасоўвання грамадска-палітычнай прэсы Беларусі і выяўленне эфектыўных стратэгіяў лічбавага ўзаемадзеяння з мэтавай аўдыторыяй.

Метады даследавання. Тэарэтычныя: вывучэнне і абагульненне, аналіз, пазнавальны сінтэз і аналогія, індукцыя і дэдукцыя. Эмпірычныя: назіранне, мадэляванне, параўнанне.

Атрыманыя вынікі: вывучаны асноўныя тэндэнцыі, што ўплываюць на беларускія СМІ, такія як лічбавізацыя, укараненне мультымедыйных фарматаў, а таксама камерцыялізацыя медыя. Выяўлены ключавыя асаблівасці адаптацыі беларускіх выданняў да новых умоў: пераход на анлайн-рэсурсы, неабходнасць пошуку новых мадэляў манетызацыі і змены ў падыходах да стварэння кантэнту. Прааналізаваны змены ў жанравых формах і ўплыў гэтых працэсаў на ўспрыманне аўдыторыі. Вынікі працы дазваляюць зрабіць высновы аб тым, як беларускія СМІ адаптуюцца да зменлівых умоў рынку і якім чынам гэта адлюстроўваецца на іх кантэнце і бізнэс-мадэлях.

Навізна працы заключаецца ў комплексным параўнальным аналізе трох вядучых дзяржаўных беларускіх медыя на прыкладзе пэўнага часавога перыяду і актуальнай тэматыкі.

Практычнае значэнне даследавання складаецца ў атрыманых выніках, якія могуць быць выкарыстаны пры падрыхтоўцы журналістаў, медыятэксталагаў, PR-спецыялістаў і медыякрытыкаў.

Праца выканана самастойна.

ABSTRACT

Thesis – 79 pages (9 applications), 3 chapters, 49 sources

Key words: SOCIO-POLITICAL PRESS, BELARUS, INTERNET PROMOTION, MEDIA DIGITALIZATION, «SB. BELARUS SEGODNYA», «ZVIAZDA», «MINSKAYA PRAVDA», ONLINE RESOURCES, MULTIMEDIA FORMATS

The object of the study – «SB. Belarus segodnya», «Zvyazda» and «Minskaya pravda».

The subject of the research – the internet promotion technologies of these publications in the context of the digitalization of the media environment.

The purpose of the work: to analyze and assess the methods of internet promotion applied by Belarusian socio-political press and identify effective strategies for digital interaction with the target audience.

The following research methods were used in the work: theoretical: study and generalization, analysis, cognitive synthesis and analogy, induction and deduction. Empirical: observation, modeling, comparison.

The results: the study of key trends influencing Belarusian media, such as digitalization, the implementation of multimedia formats, and the commercialization of media. Key features of the adaptation of Belarusian publications to new conditions were identified: the transition to online resources, the need to find new monetization models, and changes in content creation approaches. Changes in genre forms and their impact on audience perception were analyzed. The results of the work allow conclusions to be drawn about how Belarusian media are adapting to changing market conditions and how this is reflected in their content and business models.

The novelty of the work lies in the comprehensive comparative analysis of three leading state-owned Belarusian media outlets based on a specific time period and relevant themes.

The practical significance of the research lies in its results, which can be used in the training of journalists, media textologists, PR specialists, and media critics.

This work was done independently.