

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит: 55 страницы (из них 2 страницы занимают приложения), 23 источника, 4 рисунка.

**Ключевые слова:** СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ, БРЕНДИРОВАНИЕ.

**Объект исследования** – социальные медиа региональных СМИ.

**Предмет исследования** – стратегии продвижения и брендинга в социальных медиа.

**Цель работы** – изучить роль социальных медиа как инструмента продвижения и брендинга региональных СМИ на примере изданий «Аршанская газета» и «Пінскі веснік».

**Методы исследования:** общенаучные (индукции, дедукции, анализа) и частнонаучные (контент-анализ: жанровый и тематический) методы.

**Полученные результаты и их новизна:** определено значение социальных медиа в продвижении бренда региональной прессы; определены функции социальных медиа; описаны стратегии продвижения изданий «Аршанская газета» и «Пінскі веснік» и даны рекомендации по их улучшению.

**Новизна работы** заключается в исследовании палитры жанров и форматов, используемых районными изданиями в продвижении своего контента, анализе подачи материала и его адаптации под конкретный канал распространения.

**Область возможного практического применения:** *медиапрактика:* совершенствование работы региональной прессы по продвижению в социальных медиа; *научная деятельность:* дальнейшее изучение стратегий продвижения региональных СМИ в социальных медиа.

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

---

М. С. Любовицкий

## РЭФЕРАТ

Дыпломная праца змяшчае: 55 старонак (з іх 2 старонкі займаюць дадаткі), 23 крыніцы, 4 малюнкi.

**Ключавыя словы:** САЦЫЯЛЬНЫЯ МЕДЫЯ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, ПРАСОЎВАННЕ, БРЭНДАВАННЕ.

**Аб'ект даследавання** – сацыяльныя медыя рэгіянальных СМІ.

**Прадмет даследавання** – стратэгіі прасоўвання і брэндавання ў сацыяльных медыя.

**Мэта працы** – вывучыць ролю сацыяльных медыя як інструмента прасоўвання і брэндавання рэгіянальных СМІ на прыкладзе выданняў «Аршанская газета» і «Пінскі веснік».

**Метады даследавання:** агульнанавуковыя (індукцыі, дэдукцыі, аналізу) і прыватнавуковыя (кантэнт-аналіз: жанравы і тэматычны) метады.

**Атрыманыя вынікі і іх навізна:** вызначана значэнне сацыяльных медыяў у прасоўванні брэнда рэгіянальнай прэсы; вызначаны функцыі сацыяльных медыя; апісаны стратэгіі прасоўвання выданняў «Аршанская газета» і «Пінскі веснік» і дадзены рэкамендацыі па іх паляпшэнні.

**Навізна працы** складаецца ў даследаванні палітры жанраў і фарматаў, якія выкарыстоўваюцца раённымі выданнямі ў прасоўванні свайго кантэнту, аналізе падачы матэрыялу і яго адаптацыі пад пэўны канал распаўсюджвання.

**Галіна магчымага практычнага прымянення:** *медыяпрактыка:* удасканаленне работы рэгіянальнай прэсы па прасоўванні ў сацыяльных медыя; *навуковая дзейнасць:* далейшае вывучэнне стратэгіі прасоўвання рэгіянальных СМІ ў сацыяльных медыя.

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

---

М. С. Любовицкий

## RESUME

Diploma work includes: 55 pages (including 2 pages containing appendices), 23 sources, 4 illustrations.

**List of keywords:** SOCIAL MEDIA, SOCIAL NETWORKS, TARGET AUDIENCE, PROMOTION, BRANDING.

**The object of research** – social media of regional media.

**Subject of research** – strategy of promotion and branding in social networks.

**The purpose** is to study the role of social media as a tool for promoting and branding regional media using the example of the publications «Arshanskaya Gazeta» and «Pinski Vesnik».

**Methods:** general scientific (induction, deduction, analysis) and private scientific (content analysis: genre analysis, thematic analysis).

**The results and their novelty:** the importance of social media in promoting the brand of the regional press is determined; the functions of social media are defined; the promotion strategies of the publications «Arshanskaya Gazeta» and «Pinski Vesnik» are described and recommendations for their improvement are given.

**The novelty of the work** lies in the study of the palette of genres and formats used by regional publications in promoting their content, the analysis of the presentation of the material and its adaptation to a specific distribution channel.

**The area of possible practical application:** *media practice*: improving the work of regional press on promotion in social media; *scientific activity*: further study of strategies for promoting regional media in social media.

The author of the work confirms the authenticity of the materials and the results of the thesis, as well as the independence of its implementation.

---

M. S. Liubovitskij