

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ	2
РЭФЕРАТ	3
ABSTRACT	4
ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1 ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДОМА «БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ»	8
1.1 Тематическая направленность печатных изданий издательского дома «Беларусь сегодня»	8
1.2 Тематическая направленность интернет-проектов издательского дома «Беларусь сегодня»	12
Выводы по Главе 1	15
ГЛАВА 2 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ СМИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	16
2.1. Социальные сети как медиаплатформа: трансформация коммуникационной среды	16
2.2 Характеристика социальной сети TikTok и тех возможностей, которые она предоставляет пользователям	28
Выводы по Главе 2	26
ГЛАВА 3 ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ	28
3.1 Запуск TikTok-канала, оценка эффективности его работы	35
3.2 Корректировка стратегии и перспективы развития. Сравнение с конкурентами	45
Выводы по Главе 3	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	53
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	Ошибка! Закладка не определена.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 60 страниц, 15 рисунков, 54 источника.

Ключевые слова: ТИКТОК, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ СМИ, ПРОДВИЖЕНИЕ, КОНТЕНТ, ВИЗУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, АЛГОРИТМЫ, ЦИФРОВАЯ СТРАТЕГИЯ.

Объект исследования: контент информационных ресурсов издательского дома «Беларусь сегодня».

Предмет исследования: роль социальной сети TikTok в продвижении контента издательского дома «Беларусь сегодня»

Цель работы: изучить особенности функционирования TikTok как инструмента продвижения государственных СМИ и разработать практические рекомендации по эффективному использованию этой платформы в контексте задач издательского дома.

Методологическая база работы опирается на системный подход, кейс-стади, контент-анализ, визуальный анализ и сравнительное сопоставление.

Новизна исследования заключается в комплексной оценке TikTok как платформы для продвижения официальных СМИ, в том числе с учетом алгоритмических механизмов, визуального позиционирования и особенностей восприятия со стороны молодой аудитории. Особое внимание уделено адаптации газетных материалов под формат коротких видео и оценке эффективности этих практик на основе платформенной аналитики.

Полученные результаты: Проанализировано присутствие и контентная политика TikTok-канала «News in Belarus», выявлены основные тенденции, форматы, тематические направления и стилистические подходы. Оценена эффективность использования TikTok как инструмента продвижения государственных СМИ, выделены сильные и слабые стороны текущей стратегии. Разработаны рекомендации по оптимизации TikTok-стратегии издательского дома с учётом особенностей платформы, аудитории и современных цифровых трендов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа змяшчае 60 старонак, змяшчае 15 малюнкаў, 54 крыніцы.

Ключавыя словы: ТІКТОК, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, ДЗЯРЖАЎНЫЯ СМІ, РАХУННЕ, КАНТЭНТ, ВІЗУАЛЬНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ, АЛГАРЫТМЫ, ЛІЧБАВЫЯ СТРАТЭГІЯ.

Аб'ект даследавання: кантэнт інфармацыйных рэсурсаў выдавецкага дома «Беларусь сегодня».

Прадмет даследавання: роля сацыяльнай сеткі TikTok у прасоўванні кантэнту выдавецкага дома «Беларусь сегодня»

Мэта працы: вывучыць асаблівасці функцыянавання TikTok як інструмента прасоўвання дзяржаўных СМІ і распрацаваць практычныя рэкамендацыі па эфектыўным выкарыстанні гэтай платформы ў кантэксце задач выдавецкага дома.

Метадалагічная база працы абапіраецца на сістэмны падыход, кейс-стадзі, кантэнт-аналіз, візуальны аналіз і параўнальнае супастаўленне.

Навізна даследавання заключаецца ў комплекснай ацэнцы TikTok як платформы для прасоўвання афіцыйных СМІ, у тым ліку з улікам алгарытмічных механізмаў, візуальнага пазіцыянавання і асаблівасцяў успрымання з боку маладой аўдыторыі. Адмысловая ўвага нададзена адаптацыі газетных матэрыялаў пад фармат кароткіх відэа і адзнацы эфектыўнасці гэтых практык на аснове платформеннай аналітыкі.

Атрыманыя вынікі: Прааналізавана прысутнасць і кантэнтная палітыка TikTok-канала "News in Belarus", выяўлены асноўныя тэндэнцыі, фарматы, тэматычныя напрамкі і стылістычныя падыходы. Ацэнена эфектыўнасць выкарыстання TikTok як інструмента прасоўвання дзяржаўных СМІ, выдзелены моцныя і слабыя бакі бягучай стратэгіі. Распрацаваны рэкамендацыі па аптымізацыі TikTok-стратэгіі выдавецкага дома з улікам асаблівасцей платформы, аўдыторыі і сучасных лічбавых трэндаў.

ABSTRACT

The thesis contains 60 pages, 15 figures, 54 sources.

Keywords: TIKTOK, SOCIAL NETWORKS, STATE MEDIA, PROMOTION, CONTENT, VISUAL COMMUNICATION, ALGORITHMS, DIGITAL STRATEGY.

Object of the research: content of information resources of the publishing house 'Belarus Today'.

Subject of the research: the role of the social network TikTok in the promotion of content of the publishing house 'Belarus Today'.

Purpose of the work: to study the peculiarities of TikTok functioning as a tool for promoting state media and to develop practical recommendations for the effective use of this platform in the context of the publishing house tasks.

The methodological basis of the work is based on the system approach, case study, content analysis, visual analysis and comparative comparison.

The novelty of the study lies in the comprehensive assessment of TikTok as a platform for promoting official media, including algorithmic mechanisms, visual positioning and the peculiarities of perception by the young audience. Special attention is paid to the adaptation of newspaper materials to the format of short videos and the evaluation of the effectiveness of these practices on the basis of platform analytics.

Results obtained: The presence and content policy of the TikTok channel 'News in Belarus' was analysed, the main trends, formats, thematic directions and stylistic approaches were identified. The effectiveness of using TikTok as a tool for promoting state media was assessed, and the strengths and weaknesses of the current strategy were highlighted. Recommendations for optimising the publishing house's TikTok strategy were developed, taking into account the specifics of the platform, audience and current digital trends.