

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра медиалогии**

СУРГАНОВА
Юлианна Владиславовна

**ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ САЙТОВ НА
ИНФОРМАЦИОННОМ РЫНКЕ БЕЛАРУСИ**

Дипломная работа

Научный руководитель –
кандидат филологических наук
доцент П.Л. Дорощенко

Допущена к защите

« ___ » _____ 2019 г.

Зав. кафедрой медиалогии кандидат филологических наук доцент
Н.А. Федотова

Минск, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1 СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ БЕЛОРУССКОЙ ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКИ	9
1.1 Предпосылки возникновения туристической тематики в специализированных и общеполитических изданиях в 1990–2010 гг.	9
1.2 Влияние социально-экономических факторов на развитие трэвел-журналистики	15
1.3 Travel media в контексте глобализации и развития инфотейнмента	22
ГЛАВА 2 ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПОРТАЛЫ НА СОВРЕМЕННОМ МЕДИАРЫНКЕ БЕЛАРУСИ	31
2.1 Критерии конкурентоспособности туристических сайтов на примере Traveling.by	31
2.2 Анализ аудитории и бизнес-моделирование трэвел-медиа	38
2.3 Инновации и перспективы трэвел-журналистики в цифровой медиасреде	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	54
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	56
ПРИЛОЖЕНИЕ А	60

РЕФЕРАТ

«Продвижение туристических сайтов на информационном рынке Беларуси»

Сургановой Юлианны Владиславовны

Объем работы – 62

Количество таблиц – 2

Количество диаграмм – 4

Количество использованных источников – 40

Ключевые слова: ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКА, МЕДИАБИЗНЕС, ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПОРТАЛЫ, ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТОВ, МЕНЕДЖМЕНТ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ.

Объектом исследования является деятельность белорусских travel-порталов в конкурентной среде.

Цель исследования – рассмотреть социально-экономические факторы, влияющие на развитие профессиональных туристических медиаресурсов и определить направление их развития в изменяющихся условиях медиарынка.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что обнаруживается недостаток профессиональной подготовки трэвел-журналистов и теоретической базы по изучаемому вопросу, а рост туризма, как важной отрасли экономики, обуславливает потребность в качественных информационных ресурсах.

Результатом проделанной работы стала разработанная маркетинговая стратегия развития белорусских туристических порталов.

В качестве основных методов исследования были использованы: сравнительно-сопоставительный метод, метод научного описания, обобщение, моделирование, наблюдение, сравнение, аналогия.

Сформулированы рекомендации по улучшению контента, организации управления редакцией и привлечения интереса аудитории к трэвел-медиа.

Для формирования теоретической части работы была проанализирована учебно-методическая, справочная и научная литература, а также журналистские статьи и видеосюжеты на данную тему.

Степень самостоятельности – данная работа представляет собой самостоятельно проведенное автором исследование и носит практический характер.

Ю. В. Сурганова

РЭФЕРАТ

«Прасоўванне турыстычных сайтаў на інфармацыйным рынку Беларусі»

Сурганавай Юльяны Уладзіславаўны

Аб'ём працы - 62

Колькасць табліц - 2

Колькасць дыяграм - 4

Колькасць выкарыстаных крыніц - 40

Ключавыя словы: ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛІСТЫКА, МЕДЫЯБІЗНЕС, ТУРЫСТЫЧНЫЯ ПАРТАЛЫ, ПРАСОЎВАННЕ САЙТАЎ, МЕНЕДЖМЕНТ СРОДКАЎ МАСАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ.

Аб'ектам даследавання з'яўляецца дзейнасць беларускіх travel-парталаў у канкурэнтным асяроддзі.

Мэта даследавання - разгледзець сацыяльна-эканамічныя фактары, якія ўплываюць на развіццё прафесійных турыстычных медыярэсурсаў і вызначыць кірунак іх развіцця ва ўмовах зменаў на медыярынку.

Актуальнасць абранай тэмы абумоўлена тым, што выяўляецца недахоп прафесійнай падрыхтоўкі трэвел-журналістаў і тэарэтычнай базы па гэтым пытанні, а рост турызму, як важнай галіны эканомікі, абумоўлівае патрэбнасць у якасных інфармацыйных рэсурсах.

Вынікам праведзенай работы стала распрацаваная маркетынгавая стратэгія развіцця беларускіх турыстычных парталаў.

У якасці асноўных метадаў даследавання былі выкарыстаны: параўнальна-супастаўляльны метады, метады навуковага апісання, абагульненне, мадэляванне, назіранне, параўнанне, аналогія.

Сфармуляваны рэкамендацыі па паляпшэнню кантэнту, арганізацыі кіравання рэдакцыяй і прыцягнення цікавасці аўдыторыі да трэвел-медыя.

Для фарміравання тэарэтычнай частцы работы была прааналізавана вучэбна-метадычная, даведачная і навуковая літаратура, а таксама журналісцкія артыкулы і відэасюжэты на дадзеную тэму.

Ступень самастойнасці - дадзеная праца ўяўляе сабой самастойна праведзенае аўтарам даследаванне і мае практычны характар.

Ю. У. Сурганова

ABSTRACT

«Promotion of tourist sites in the information market of Belarus»

Yulianna Surganova Vladislavovna

The size of work - 62

Number of tables - 2

Number of diagrams - 4

The number of used sources - 40

Keywords: TRAVEL JOURNALISM, MEDIABUSINESS, TOURIST PORTALS, SITES PROMOTION, MASS MEDIA MANAGEMENT.

The object of the research is Belarusian travel sites in the competitive media space.

The main purpose is to examine the socio-economic factors influencing the development of professional tourist media resources and to determine the direction of their development in the changing conditions of the media market.

The relevance of the chosen topic is due to the fact that there is a lack of professional education for travel journalists and the theoretical basis for the issue, and the growth of tourism, as an important branch of the economy, determines the need for high-quality information resources.

The result of this work was a marketing strategy for Belarusian tourist portals development.

The following methods were used as the main research methods: method of scientific description, generalization, modeling, observation, comparison, analogy.

Recommendations for improving content, organizing editorial management and attracting audience interest to travel media are formulated.

A level of self-working – this work is an independently conducted by the author.

Yulianna Surganova