

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Факультет журналистики**

КОЛОДКА
Виктор Викторович

**ТВОРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЖУРНАЛИСТА В
АВТОМОБИЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯХ**
Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент А.А. Граддюшко

Допущена к защите

«__» _____ 2014 г.

Заведующий кафедрой теории и методологии журналистики
кандидат филологических наук С.В. Дубовик

Минск, 2014

Реферат

Объем дипломной работы – 53 страницы.

Количество иллюстраций – 3.

Количество таблиц – 1.

Количество приложений – 0.

Количество использованных источников – 21.

Ключевые слова: СМИ, КОНВЕРГЕНЦИЯ, ИНТЕРНЕТ, САЙТ, ЖУРНАЛ, АВТОМОБИЛЬ, АВТОМОБИЛЬНАЯ ПРЕССА, ТВОРЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ.

Объектом исследования в данной работе средства массовой информации автомобильной тематики.

Целью данной работы является определение творческих особенностей деятельности журналиста в автомобильных интернет-изданиях.

Для достижения поставленной цели решаются следующие *задачи*:

- изучение автомобильной прессы, веб-сайтов белорусских и зарубежных автомобильных СМИ и выделение особенностей в создании контента;
- получение выводов о том, на каком этапе находится процесс конвергенции традиционных и новых медиа в нашей стране.

В процессе анализа СМИ исследуются их тематика, содержание статей и направленность редакции.

В результате проделанной работы установлено, что творческая деятельность журналиста в автомобильных изданиях в некоторой степени отличается от остальной прессы. Подавляющее большинство белорусских автомобильных СМИ, имеющих свои сайты, не уделяют им достаточно внимания, в отличие от зарубежных конкурентов. Белорусские автомобильные интернет-издания уделяют значительное внимание различным происшествиям на дороге. Интернет-издания снабжают статьи большим обилием фото и видеоматериала, не сильно углубляясь в технические вопросы.

Данная работа выполнена самостоятельно, без привлечения специалистов, консультантов и экспертов.

Рэферат

Аб'ём дыпломнай работы- 53 старонкі.

Колькасць ілюстрацый - 3.

Колькасць табліц - 1.

Колькасць прыкладанняў - 0.

Колькасць выкарыстаных крыніц-21.

Ключавыя словы: СМІ, КАНВЕРГЕНЦЫЯ, ІНТЭРНЭТ, САЙТ, ЧАСОПІС, АЎТАМАБІЛЬ, АЎТАМАБІЛЬНАЯ ПРЭСА, ТВОРЧЫЯ АСАБЛІВАСЦІ.

Аб'ектам даследавання ў дадзенай працы сродкі масавай інфармацыі аўтамабільнай тэматыкі.

Мэтай дадзенай працы з'яўляецца вызначэнне творчых асаблівасцяў дзейнасці журналіста ў аўтамабільных інтэрнэт-выданнях.

Для дасягнення пастаўленай мэты вырашаюцца наступныя задачы:

- вывучэнне аўтамабільнай прэсы, вэб-сайтаў беларускіх і замежных аўтамабільных СМІ і вылучэнне асаблівасцяў ў стварэнні кантэнту;
- атрыманне высноваў аб тым, на якім этапе знаходзіцца працэс канвергенцыі традыцыйных і новых медыя ў нашай краіне.

У працэсе аналізу СМІ даследуецца іх тэматыка, змест артыкулаў і накіраванасць рэдакцыі.

У выніку праведзенай работы ўстаноўлена, што творчая дзейнасць журналіста ў аўтамабільных выданнях адрозніваецца ад астатняй прэсы. Пераважная большасць беларускіх аўтамабільных СМІ, якія маюць свае сайты, не надаюць ім дастаткова ўвагі, у адрозненне ад замежных канкурэнтаў. Беларускія аўтамабільныя інтэрнэт-выданні надаюць значную ўвагу розным здарэнням на дарозе. Інтэрнэт-выданні забяспечваюць артыкулы шмат фотаздымкамі і і відэамаатэрыяламі, не вельмі паглыбляючыся ў тэхнічныя пытанні.

Гэтая работа выканана самастойна, без прыцягнення спецыялістаў, кансультантаў і экспертаў.

Abstract

Volume thesis- 53 pages.

The number of illustrations - 3.

Number of tables - 1.

Number of applications - 0.

Number of sources used-21.

Keywords: MEDIA CONVERGENCE, THE WEB SITE, MAGAZINE, CAR, CAR PRESS, ADVANCED FEATURES.

Object of study in this paper the media automotive subjects.

The aim of this work is to determine the features of creative activity in the automotive journalist online publications.

To achieve this goal the following tasks:

- study of the automotive press, websites, Belarusian and foreign automotive media and selection features in content creation;
- making inferences about what stage the process of convergence of traditional and new media in our country.

In an analysis of the media studied their subject matter, the content of articles and editorial direction.

As a result of this work found that the creative activity of the journalist in automotive publications much different from the rest of the press. The vast majority of Belarusian automotive media having their sites do not pay enough attention to them, as opposed to foreign competitors. Belarusian car online publication pay considerable attention to various incidents on the road. Internet Publishing articles supply great abundance of photos and video, not much going into technical questions.

This work was performed independently, without the involvement of professionals, consultants and experts.