

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра теории и методологии журналистики**

СУХАРЕВИЧ
Кристина Игоревна

КОММЕРЧЕСКАЯ ВЕБ-ЖУРНАЛИСТИКА

Дипломная работа

Научный руководитель:
доцент
Е. П. Береснева

Допущена к защите
«__» _____ 2014 г.

Минск, 2014

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы (с приложениями) – 52 страницы.

Количество иллюстраций – 8.

Количество таблиц – 0.

Количество приложений – 0.

Количество использованных источников – 7.

Ключевые слова: СМИ, ИНТЕРНЕТ, САЙТ, ГАЗЕТА, КОНТЕНТ, КОПИРАЙТИНГ, ВЕБ, РИДАБИЛИТИ.

Объектом исследования в данной работе выступают продающие веб-тексты портала TUT.BY.

Целью данной работы является изучение и анализ коммерческих веб-текстов, определение их качества и эффективности.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- изучение коммерческих текстов информационного портала TUT.BY и попытка понять, насколько они достигают цели в продвижении брендов, а также увеличении продаж товаров и услуг;
- получение выводов о том, на каком этапе находится процесс развития коммерческой веб-журналистики в нашей стране.

В процессе анализа коммерческих веб-текстов исследуются их качество, дизайн (ридабилити) и коммерческая эффективность.

В результате проделанной работы установлено, что подавляющее количество коммерческих веб-текстов имеют крайне низкое качество и катастрофически далеки от уровня мировых продающих текстов; слабо способствуют эффективным продажам и на данном этапе времени не являются эффективным элементом продаж из-за низкой квалификации белорусских копирайтеров.

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

РЭФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай работы (з дадаткамі) – 52 старонкі.

Колькасць ілюстрацый – 8.

Колькасць табліц – 0.

Колькасць дадаткаў – 0 .

Колькасць выкарыстаных крыніц – 7.

Ключавыя словы : СМІ, ГАЗЕТА, НАВЕДВАЛЬНАСЦЬ, КАНТЭНТ, КАПІРАЙТІНГ, ВЭБ, РЫДАБІЛІТЫ.

Аб'ектам даследавання ў дадзенай рабоце выступаюць вэб-тэксты партала TUT.BY.

Мэтай дадзенай работы з'яўляецца вывучэнне і аналіз камерцыйных вэб-тэкстаў, вызначэнне іх якасці і эфектыўнасці.

Для дасягнення пастаўленай мэты вырашаюцца наступныя *задачы*:

- вывучэнне камерцыйных тэкстаў інфармацыйнага TUT.BY і спроба зразумець, наколькі яны дасягаюць мэты ў прасоўванні брэндаў, а таксама павелічэнні продажаў тавараў і паслуг;
- атрыманне высноў аб тым, на якім этапе знаходзіцца працэс развіцця камерцыйнай вэб-журналістыкі ў нашай краіне.

У працэсе аналізу камерцыйных вэб-тэкстаў даследуецца іх якасць, дызайн (рыдабіліці) і камерцыйная эфектыўнасць.

У выніку праведзенай работы ўстаноўлена, што пераважная колькасць камерцыйных вэб-тэкстаў маюць вельмі нізкую якасць і катастрафічна далёкія ад сусветнай якасці вэб-тэкстаў, слаба спрыяюць эфектыўным продажам і на дадзеным этапе часу не з'яўляюцца эфектыўным элементам продажу з-за нізкай кваліфікацыі большасці беларускіх капірайтэраў.

Дадзеная праца выканана самастойна, без прыцягнення спецыялістаў, кансультантаў і экспертаў.

RESUME

The volume of the thesis (with annexes) – 52 pages.

The number of illustrations – 8.

Number of tables – 0.

Number of applications – 0.

Number of sources used – 7.

Keywords: MEDIA , INTERNET, WEBSITES , NEWSPAPERS , CONTENT, COPYWRITING , WEB, READABILITY.

Object of study in this paper are the selling web portal texts TUT.BY.
The *aim of this work* is the study and analysis of commercial web texts , determining their quality and efficiency.

To achieve this goal reshayutsyasleduyuschie *tasks*:

- studying commercial texts and information, intelligence portal TUT.BY attempt to understand how they achieve goals in promoting brands, as well as increased sales of goods and services ;
- making inferences about how at what stage is the development of commercial web journalism in our country.

In an analysis of commercial web texts investigate their quality, design (readability) and commercial efficiency.

As a result of this work that the overwhelming number of commercial web texts are very poor quality and dramatically far from the level of the world selling texts ; weakly promote effective sales and at this point in time are not an effective element of sales due to low skills Belarusian copywriters.

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