

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати и веб-журналистики**

БУХТИНОВА
Екатерина Игоревна

ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА В ОСВЕЩЕНИИ СМИ БЕЛАРУСИ

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических
наук, доцент
Лебедева Марина Леонидовна

Допущена к защите

« ___ » _____ 2019 г.

Зав. кафедрой периодической печати и веб-журналистики
кандидат филологических наук, доцент С. В. Харитонова

Минск, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ	3
РЭФЕРАТ	4
THE ABSTRACT.....	5
ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1 ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ БЕЛАРУСИ В 2010-ЫХ ГОДАХ	9
1.1 Туризм как социальное явление. Специфика его освещения в СМИ	9
1.2 Развитие индустрии туризма в Беларуси в контексте государственной информационной политики	17
1.3 Динамика освещения индустрии туризма в интернет-СМИ Беларуси ...	23
ГЛАВА 2 ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ ПУБЛИКАЦИЙ О ТУРИЗМЕ (НА ПРИМЕРЕ БЕЛОРУССКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ).....	29
2.1 Сравнительный анализ материалов туристической направленности на порталах	29
2.2 Рекламирование туристических услуг в пространстве веб-журналистики (на примере портала holiday.by)	35
ГЛАВА 3 ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ТЕМЫ: АВТОРСКИЙ ОПЫТ	45
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	54
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	57
ПРИЛОЖЕНИЯ	62

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 58, источников – 51, приложений – 24.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ТУРИЗМ, ИНТЕРНЕТ-САЙТЫ, РЕКЛАМА В СМИ, ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, БЕЛОРУССКАЯ МЕДИАСФЕРА, ПРОБЛЕМАТИКА СМИ О ТУРИЗМЕ, ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

Объектом исследования является индустрия туризма в Беларуси.

Предмет исследования – специализированные издания о туризме tio.by, holiday.by, 34travel.me.

Цель дипломной работы – изучение поведения СМИ о туризме и специфики освещения сферы.

Методы исследования: системный, наблюдение, анализ, синтез, сравнение, обобщение, описание, анализ документов, контент-анализ сайтов и групп в социальных сетях.

Полученные результаты: изучена сфера туризма в Беларуси, проведен анализ деятельности СМИ о туризме, выявлена специфика освещения сферы специализированными СМИ, определена динамика освещения сферы, определены главные способы рекламирования туристических продуктов в веб-пространстве.

Новизна темы заключается в отсутствии масштабных белорусских исследований о сфере туризма в отражении специализированных СМИ.

Область возможного практического применения: информацией, содержащейся в дипломной работе, можно пользоваться для корректировки стратегии продвижения СМИ о туризме.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованных в работе.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак – 58, крыніц – 51, дадаткаў – 24.

КЛЮЧАВЫЯ СЛОВЫ: ТУРЫЗМ, ІНТЭРНЭТ-САЙТЫ, РЭКЛАМА Ў СМІ, ІНДУСТРЫЯ ТУРЫЗМУ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, БЕЛАРУСКАЯ МЕДЫЯСФЕРА, ПРАБЛЕМАТЫКА СМІ ПРА ТУРЫЗМ, ДЗЯРЖАЎНАЯ ІНФАРМАЦЫЙНАЯ ПАЛІТЫКА

Аб'ектам даследавання з'яўляецца індустрыя турызму ў Беларусі.

Прадмет даследавання – спецыялізаваныя выданні пра турызм tio.by, holiday.by, 34travel.me.

Мэта працы – вывучэнне паводзінаў СМІ пра турызм і спецыфікі асвятчэння сферы.

Метады даследавання: сістэмны, назіранне, аналіз, сінтэз, параўнанне, абагульненне, апісанне, аналіз дакументаў, кантэнт-аналіз сайтаў і груп у сацыяльных сетках.

Атрыманыя вынікі: вывучана сфера турызма ў Беларусі, праведзены аналіз дзейнасці СМІ пра турызм, выяўлена спецыфіка асвятчэння сферы спецыялізаванымі СМІ, вызначана дынаміка асвятчэння сферы, галоўныя спосабы рэкламавання турыстычных прадуктаў у вэб-прасторы.

Навізна тэмы заключаецца ў адсутнасці маштабных беларускіх даследаванняў пра сферу турызму ў адлюстраванні спецыялізаваных СМІ.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: інфармацыяй, змешчанай у дыпломнай працы, можна карыстацца для карэкціроўкі стратэгіі прасоўвання СМІ пра турызм.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць даследавання, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаныя у працы.

THE ABSTRACT

Diploma work: pages – 58, sources of information – 51, appendices – 24.

KEY WORDS: TOURISM, THE WEBSITES, ADVERTISING IN MEDIA, THE INDUSTRY OF TOURISM, SOCIAL NETWORKS, THE BELARUSIAN MEDIA SPHERE, PROBLEM SPHERE OF TOURISM, GOVERNMENT INFORMATION POLICY

The object of the research is the industry of tourism of the Republic of Belarus.

The subject of the research are special media about tourism tio.by, holiday.by, 34travel.me.

The aim of the research is to learn the specifics of the coverage of the sphere.

The methods of the research are systematic, observation, analysis, synthesis, comparison, generalization, specification, document analysis, content analysis of websites and social network communities.

The obtained *results* are the knowledge about the sphere of tourism in Belarus, the analysis of the activities of the tourism media, identification of the specifics of the coverage of the sphere, determination of the dynamics of coverage of the sphere, identification of the main ways of advertising tourism products in the web space.

The novelty of the research is in the lack of works about connection industry of tourism and media in Belarus.

The area of the potential practical usage includes the opportunity to use the work's results in the strategy of media about tourism in Belarus.

The author of the study confirms the reliability and objectivity of links to the sources used in the work.