

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра международной журналистики

КУРНЕВИЧ Валерия Руслановна

**ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ БЕЛАРУСИ В ОТРАЖЕНИИ
ЗАРУБЕЖНЫХ БЛОГОВ О ПУТЕШЕСТВИЯХ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат исторических наук,
доцент А.В. Беляев

Допущена к защите
«___» _____ 2025 г.
Зав. кафедрой _____
кандидат филологических наук,
доцент Т.В. Солодовникова

Минск, 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ.....	3
РЭФЕРАТ.....	5
ANNOTATION.....	7
ВВЕДЕНИЕ.....	9
ГЛАВА 1 ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКА КАК ОСОБЫЙ МЕДИЙНЫЙ ФОРМАТ..	12
1.1 Понятие и сущность трэвел-журналистики.....	12
1.2 Трэвел-блог как медийное явление.....	16
1.3 Специфика и отличие трэвел-блогов от традиционной журналистики путешествий.....	26
Выводы по первой главе.....	31
ГЛАВА 2 ЗАРУБЕЖНЫЙ ТРЭВЕЛ-КОНТЕНТ О РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	33
2.1 Туристический потенциал Беларуси	33
2.2 Англоязычные трэвел-блоги	37
2.3 Неанглоязычные трэвел-блоги.....	54
Выводы по второй главе	66
ГЛАВА 3 ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ БЕЛАРУСИ В ЗАРУБЕЖНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ.....	68
3.1 Проблемные аспекты развития туристической отрасли	68
3.2 Перспективные направления и меры по стимулированию въездного туризма	72
3.3 Роль трэвел-блогов в формировании позитивного имиджа Беларуси	77
Выводы по третьей главе.....	81
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	83
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	87

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 93 страницы, 69 источников.

Ключевые слова: ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛИСТИКА, МЕДИАКОНТЕНТ, ИМИДЖ СТРАНЫ, МЕДИААНАЛИЗ, БЛОГОСФЕРА, БРЕНДИНГ, ИНФОТЕЙНМЕНТ.

Объект исследования – туристический потенциал Беларуси.

Предмет исследования – формирование туристического имиджа Беларуси через зарубежные трэвел-блоги.

Цель исследования – выявить особенности отражения туристического потенциала Республики Беларусь в зарубежных трэвел-блогах.

Методы исследования: анализ научной литературы и медиаданных; контент-анализ зарубежных трэвел-блогов; сравнительно-сопоставительный метод; описательный и аналитический методы; элементы количественного анализа.

Полученные результаты и их новизна. В результате исследования была выявлена специфика функционирования зарубежных трэвел-блогов как инструмента формирования туристического имиджа Беларуси. Установлено, что блоги выполняют не только информационную, но и эмоционально-визуальную функцию, существенно влияя на восприятие страны зарубежной аудиторией. Проведен анализ англоязычных и неанглоязычных блогов, в котором прослежены различия в форматах подачи, интонациях и нарративах, а также выявлены общие тенденции в цифровом медийном представлении Беларуси. Новизна работы заключается в том, что трэвел-контент рассмотрен как самостоятельный медиаресурс и канал «мягкой силы», влияющий на туристические предпочтения и международный имидж страны. Кроме того, в исследовании систематизированы рекомендации по эффективному взаимодействию с блогерским сообществом в контексте въездного туризма.

Достоверность материалов и результатов дипломной работы. Достоверность полученных результатов обеспечивается комплексным подходом к проведенному исследованию, включающим как теоретический, так и эмпирический анализ. В работе использованы авторитетные научные источники по вопросам трэвел-журналистики, медиакommunikации, туризма и цифрового контента, а также актуальные данные официальной статистики и практические примеры из зарубежных трэвел-блогов. Анализ блог-контента проводился на основе репрезентативной выборки, охватывающей различные языковые и платформенные сегменты. Методология исследования опирается на сочетание контент-анализа, сравнительного и интерпретационного подходов, что позволило обеспечить объективность выводов. Работа

выполнена самостоятельно, с соблюдением научных принципов и академических требований.

Область возможного практического применения: результаты дипломной работы могут быть использованы Министерством спорта и туризма Республики Беларусь, а также туристическими компаниями, PR-агентствами и медиа-структурами при разработке стратегий цифрового продвижения Беларуси как туристического направления. Выработанные рекомендации могут лечь в основу программ по сотрудничеству с зарубежными блогерами, организации инфотуров и созданию многоязычного онлайн-контента. Кроме того, материалы исследования могут быть полезны в образовательной и научной деятельности, связанной с международной журналистикой, медиапланированием и имиджевым позиционированием стран.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа: 93 старонкі, 69 крыніц.

Ключавыя словы: ТРЭВЕЛ-ЖУРНАЛІСТЫКА, МЕДЫЯКАНТЭНТ, ІМІДЖ КРАІНЫ, МЕДЫЯАНАЛІЗ, БЛОГАСФЕРА, БРЭНДЫНГ, ІНФАТЭЙНМЕНТ.

Аб’ект даследавання – турыстычны патэнцыял Беларусі.

Прадмет даследавання – фарміраванне турыстычнага іміджу Беларусі праз замежныя трэвел-блогі.

Мэта даследавання – вызначыць асаблівасці адлюстравання турыстычнага патэнцыялу Рэспублікі Беларусь у замежных трэвел-блогах.

Метады даследавання: аналіз навуковай літаратуры і медыядадзення; кантэнт-аналіз замежных трэвел-блогаў; параўнальна-супастаўляльны метады; апісальны і аналітычны метады; элементы колькаснага аналізу.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. У выніку даследавання была выяўлена спецыфіка функцыянавання замежных трэвел-блогаў як інструмента фарміравання турыстычнага іміджу Беларусі. Устаноўлена, што блогі выконваюць не толькі інфармацыйную, але і эмацыянальна-візуальную функцыю, што значна ўплывае на ўспрыманне краіны замежнай аўдыторыяй. Праведзены аналіз англамоўных і неангламоўных блогаў, у якім адсочаны адрозненні ў фарматах падачы, інтанацыях і наратывах, а таксама выяўлены агульныя тэндэнцыі ў лічбавым медыйным прадстаўленні Беларусі. Навізна працы заключаецца ў тым, што трэвел-кантэнт разглядаецца як самастойная медыяпрастора і канал «мягкай сілы», што ўплывае на турыстычныя перавагі і міжнародны імідж краіны. Акрамя таго, у даследаванні сістэматызаваны рэкамендацыі па эфектыўным узаемадзеянні з блогерскай супольнасцю ў кантэксце ўезднага турызму.

Даставернасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы. Даставернасць атрыманых вынікаў забяспечваецца комплексным падыходам да праведзенага даследавання, што ўключае як тэарэтычны, так і эмпірычны аналіз. У працы выкарыстаны аўтарытэтныя навуковыя крыніцы па пытаннях трэвел-журналістыкі, медыякамунікацыі, турызму і лічбавага кантэнту, а таксама актуальныя даныя афіцыйнай статыстыкі і практычныя прыклады з замежных трэвел-блогаў. Аналіз кантэнту блогаў праводзіўся на аснове рэпрэзентатыўнай выбаркі, якая ахоплівае розныя моўныя і платформенныя сегменты. Метадалогія даследавання абавязваецца на спалучэнне кантэнт-аналізу, параўнальнага і інтэрпрэтацыйнага падыходаў, што дазволіла забяспечыць аб’ектыўнасць высноў. Праца выканана самастойна, з захаваннем навуковых прынцыпаў і акадэмічных патрабаванняў.

Вобласць магчымага практычнага прымянення. Вынікі дыпломнай працы могуць быць выкарыстаны Міністэрствам спорту і турызму Рэспублікі Беларусь, а таксама турыстычнымі кампаніямі, PR-агенцтвамі і медыйнымі структурамі пры распрацоўцы стратэгіі лічбавага прасоўвання Беларусі як турыстычнага напрамку. Падрыхтаваныя рэкамендацыі могуць стаць асновай для праграм супрацоўніцтва з замежнымі блогерамі, арганізацыі інфаттураў і стварэння шматмоўнага анлайн-кантэнту. Акрамя таго, матэрыялы даследавання могуць быць карысны ў адукацыйнай і навуковай дзейнасці, звязанай з міжнароднай журналістыкай, медыяпланаваннем і іміджавым пазіцыянаваннем краін.

ANNOTATION

The thesis: 93 pages, 69 sources.

Keywords: TRAVEL JOURNALISM, MEDIA CONTENT, COUNTRY IMAGE, MEDIA ANALYSIS, BLOGOSPHERE, BRANDING, INFOTAINMENT.

The object of the research – the tourism potential of Belarus.

The subject of the research – the formation of Belarus's tourism image through foreign travel blogs.

The purpose of the research – to identify the specific features of how the tourism potential of the Republic of Belarus is represented in foreign travel blogs.

Methods of research: analysis of scientific literature and media sources; content analysis of foreign travel blogs; comparative and contrastive methods; descriptive and analytical approaches; elements of quantitative analysis.

The results of the work and their novelty. The research identifies the distinctive characteristics of how foreign travel blogs function as tools for shaping the tourism image of Belarus. It was found that blogs fulfill not only an informational but also an emotional and visual function, significantly influencing how the country is perceived by international audiences. An analysis of English-language and non-English-language blogs revealed differences in formats, tones, and narratives, as well as common trends in Belarus's digital media portrayal. The novelty of the study lies in its approach to travel content as an independent media resource and a channel of «soft power» that influences tourism preferences and the country's international image. The research also systematizes practical recommendations for effective engagement with the blogging community in the context of inbound tourism.

Authenticity of the materials and results of the diploma work. The validity of the findings is ensured by a comprehensive approach combining both theoretical and empirical analysis. The research draws upon authoritative academic sources in travel journalism, media communications, tourism, and digital content, as well as up-to-date statistical data and practical examples from foreign travel blogs. The blog content was analyzed based on a representative sample covering various language and platform segments. The methodology integrates content analysis with comparative and interpretative techniques, ensuring the objectivity of the conclusions. The thesis was completed independently in accordance with academic standards and scientific principles.

Recommendations on the usage: The results of the thesis can be applied by the Ministry of Sports and Tourism of the Republic of Belarus, as well as by travel companies, PR agencies, and media organizations in developing digital promotion strategies for Belarus as a travel destination. The formulated recommendations can

serve as a foundation for programs of cooperation with foreign bloggers, the organization of press tours, and the creation of multilingual online content. Additionally, the findings may be of value in educational and scientific work related to international journalism, media planning, and national image-building.