

*Дипломная работа*



**СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ  
МОДЕЛЬ БОРТОВОГО  
ЖУРНАЛА**



# Актуальность

- ▣ **Содержательная модель авиажурналов не изучена глубоко и не представлена в исследовательской литературе по журналистике**

# Цель дипломной работы

- *Изучить и проанализировать содержательную модель такого типа корпоративного СМИ, как авиажурнал; определить основные имеющиеся проблемы и предложить пути их решения.*

# Задачи

- ▣ *Определить место авиажурналов в системе корпоративных СМИ*
- ▣ *Сформулировать определение бортовой прессы*
- ▣ *Составить содержательную модель клиентских корпоративных изданий*
- ▣ *На основании составленной модели провести контент-анализ журналов*
- ▣ *Выявить проблематику, найти варианты сложившихся противоречий*

# Краткая структура дипломной работы

**Глава I. Место авиажурналов в системе корпоративных СМИ**

**Глава II. Разработка содержательной модели корпоративного издания, изучение её проблематики**

**Глава III. Контент-анализ журналов «Аэрофлот» и «AmericanWay», выявление проблематики этих журналов**

# Бортовая пресса -

\* периодические универсальные издания компаний, специализирующихся на перевозках пассажиров, обладающие всеми признаками и функциями клиентских корпоративных изданий и распространяемые, как правило, на борту самолетов, поездов, автомобилей.

# Исследованные авиажурналы

\* *Inflight Review*

\* *Уютное небо*

\* *Домодедово*

\* *Высокий полет*

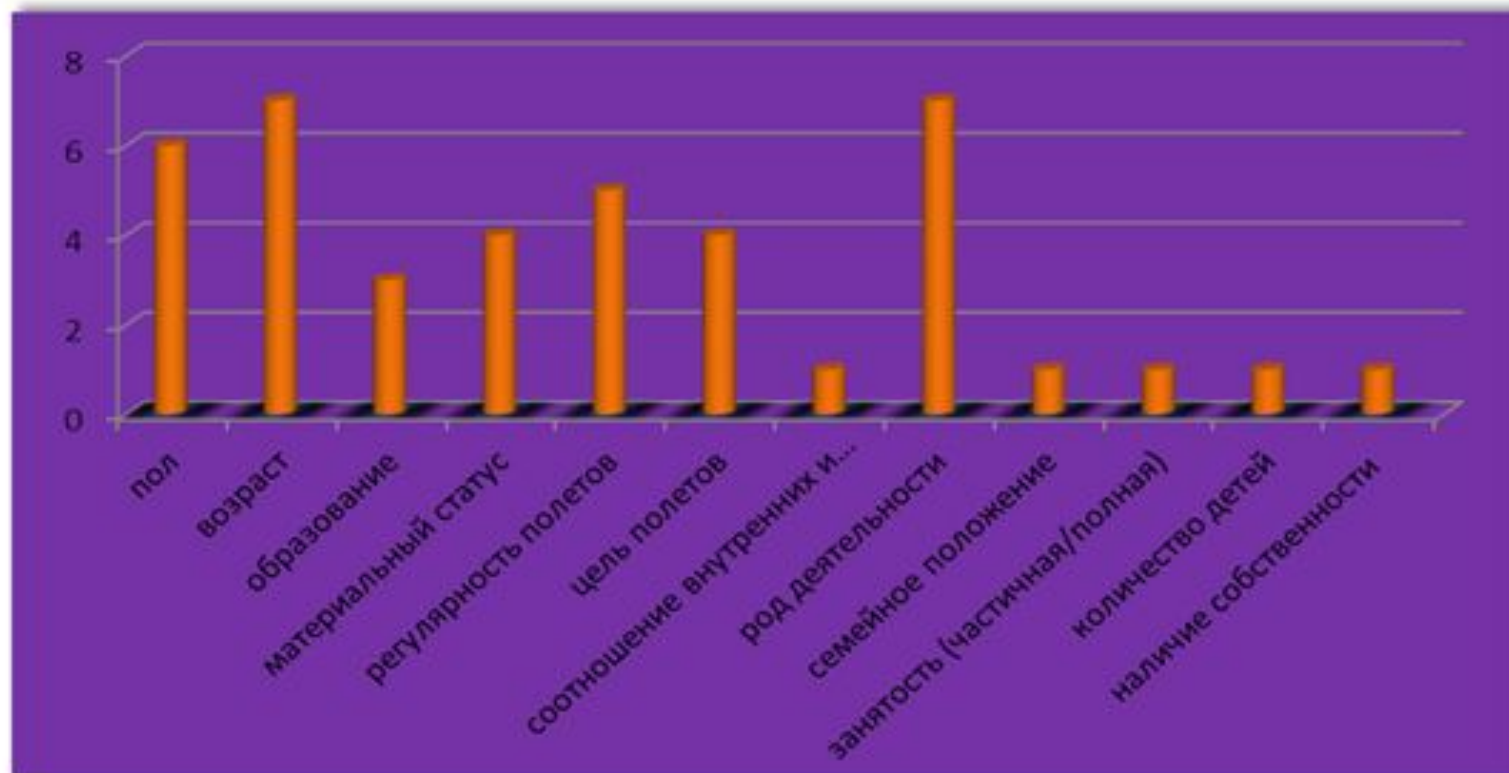
\* *Линия полета*

\* *Rossiya inFlight*

\* *S7*



# Показатели маркетинговых исследований аудитории инфлайт-изданий



# Соотношение рекламы, PR и журналистских материалов



■ реклама

■ журналистские и PR материалы

# Контент-анализ авиажурналов

Аэрофлот

AmericanWay



# Аэрофлот

1. Разделы и рубрикация: ....

2. Тематическое наполнение: ....

3. Модальность: ....

4. Жанровое своеобразие: ...

# «AmericanWay»

1. Разделы и рубрикация: .....

2. Тематическое наполнение: .....

3. Модальность: .....

4. Жанровое своеобразие: ...

# Рекомендации

1. Авиажурналы должны активно поддерживать диалог с целевой аудиторией, тем самым привлекая внимание пассажиров к своим услугам.

2. Журналистика не может быть безличной. Читатель должен знать с кем он «общается» на страницах авиажурнала, поэтому не лишним будет поместить фотографию автора, а также информацию о возможности обратной связи.

3. Чем шире жанровая и тематическая палитра в авиажурнале, тем больше вероятность, что издание приобретет своего постоянного читателя. Контент-анализ показал, что в инфлайтах удачно сочетаются информационные, ситуативно-аналитические, диалогические и иные виды жанров.

# Рекомендации

4. Российским инфлайт-изданиям необходимо обратить внимание на опыт американских авиажурналов, поскольку они научились не только распространять журналы на бортах авиаперевозчиков, но и продавать журнал по подписке.
5. Не стоит забывать о людях, которые работают в авиации. На страницах авиажурналов необходимо размещать зарисовки и очерки, интервью с теми, кто любит свою профессию и проработал в небе многие годы. Такие материалы «работают» не только на клиентскую аудиторию, но и привлекают внимание сотрудников.
6. Авиажурналы могут быть похожи не только на сборник путевых заметок, но и иметь самую разнообразную и широкую тематику. Такое заключение позволил сделать исследованный авиажурнал «AmericanWay».



***СПАСИБО***

***ЗА ВНИМАНИЕ!***