

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати**

**Аннотация к дипломной работе
РЕКЛАМА В КОМПОЗИЦИОННО-ГРАФИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ
ГАЗЕТ И ЖУРНАЛОВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

Казакова Елена Игоревна

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент кафедры периодической печати
С.В. Харитонова

Минск, 2014

Реферат

Данная дипломная работа состоит из 74 страниц, 5 приложений, которые включают 7 таблиц и 58 иллюстраций.

Перечень ключевых слов:

ОБЪЕКТ, ПРЕДМЕТ, ЦЕЛЬ, ЗАДАЧА, МЕТОД, АНАЛИЗ, РЕКЛАМА, ГАЗЕТЫ, ЖУРНАЛЫ, КОМПОЗИЦИОННО-ГРАФИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ, ТЕМАТИКА, ВЁРСТКА, ШРИФТ, ЦВЕТ, ИЛЛЮСТРАЦИЯ.

Предметом данной дипломной работы являются специфические черты оформления рекламы в периодической печати Беларуси. Объектом работы стала газетная и журнальная периодика, содержащая большое количество рекламы.

Целью дипломной работы является выявление тенденций и особенностей дизайна рекламы в белорусских печатных СМИ, выяснение роли композиционно-графического оформления рекламы в уровне популярности газет и журналов. Перед данной дипломной работой ставятся следующие задачи: дать характеристики основным выразительным средствам в печатных СМИ; определить значение и влияние таких элементов рекламы как шрифт, цвет, иллюстрация и фотография и др.

Эмпирическими материалами для нашего исследования послужили номера белорусских газет и журналов. Нами были проанализированы архивы таких изданий как «Комсомольская правда в Белоруссии», «Антенна», «Аргументы и факты в Белоруссии», «Тахі», «Что почём», «Крестьянка», «ЖЖ» за период с мая 2013 по май 2014 гг. В общем, было изучено около 100 номеров периодических изданий.

Актуальность изучения этой темы в Беларуси обуславливается тем, что средства массовой информации являются не только зеркалом для отражения явлений действительности, но и непосредственно медийным продуктом, участником экономических отношений.

При выполнении данной работы использовались следующие методы исследования: изучение литературы, наблюдение, теоретический анализ, индуктивные и дедуктивные обобщения.

Автор даёт некоторые рекомендации для улучшения оформления и, впоследствии, визуального восприятия полос газет и журналов.

Издаваниям следует внимательнее следить, чтобы не возникало дисгармонии в текстовой части рекламных модулей, что периодически происходит при использовании в одном объявлении сразу нескольких шрифтов с различным начертанием. Также необходимо избегать цветовой перегруженности страниц, оформляя в ярких красках одновременно заголовки, подложки и иные выделительные элементы.

А специалистам газет стоит учитывать, что графика должна облегчить задачу понимания и усвоения рекламной информации, поэтому иллюстрации любой рекламы выгоднее смотреться в цвете.

Работа выполнена самостоятельно. Материалы и результаты дипломной работы достоверны.

Рэферат

Дадзеная дыпломная работа складаецца з 74 старонак, 5 дадаткаў, якія змяшчаюць у сабе 7 табліц і 58 ілюстрацый.

Пералік ключавых слоў: АБ'ЕКТ, ПРАДМЕТ, МЭТА, ЗАДАЧА, МЕТАД, АНАЛІЗ, РЭКЛАМА, ГАЗЕТЫ, ЧАСОПІСЫ, КАМПАЗІЦЫЙНА-ГРАФІЧНАЯ МАДЭЛЬ, ТЭМАТЫКА, ВЁРСТКА, ШРЫФТ, КОЛЕР, ІЛЮСТРАЦЫЯ.

Прадметам дадзенай дыпломнай работы з'яўляецца выяўленне тэндэнцый і асаблівасцяў дызайну рэкламы ў беларускіх друкаваных СМІ, вызначэнне ролі кампазіцыйна-графічнага афармлення рэкламы ва ўзроўні папулярнасці газет і часопісаў. Перад дадзенай дыпломнай работай ставяцца наступныя задачы: даць характэрыстыкі асноўным выяўленчым сродкам у друкаваных СМІ; выявіць значэнне і ўплыў такіх элементаў рэкламы як шрыфт, колер, ілюстрацыя, фатаграфія і інш.

Эмпірычнымі матэрыяламі для нашага даследвання сталі нумары беларускіх газет і часопісаў. Намі былі прааналізаваны архівы такіх выданняў, як «Комсомольская правда в Белоруссии», «Антенна», «Аргументы и факты в Белоруссии», «Тахі», «Что почём», «Крестьянка», «ЖЖ» за перыяд з маю 2013 па май 2014 гг. Усяго было даследавана каля 100 нумароў перыядычных выданняў.

Аktуальнысць вывучэння гэтай тэмы ў Беларусі акрэслена тым, што сродкі масавай інфармацыі з'яўляюцца не толькі лютэткам для з'яваў існуючай рэальнасці, але і непасрэдна медыйным прадуктам, удзельнікам эканамічных адносінаў.

Пры выкананні дадзенай работы выкарыстоўваліся наступныя метады даследвання: вывучэнне літаратуры, назіранне, тэарэтычны аналіз, індуктыўныя і дэдуктыўныя абагульненні.

Аўтар дае некаторыя рэкамендацыі для паляпшэння афармлення і, у далейшым, візуальнага ўспрымання палос газет і часопісаў.

Выданням трэба ўважлівей пільнаваць, каб не ўзнікала дысгармонія ў тэкставай частцы рэкламных модуляў, што перыядычна здараецца пры ўжыванні ў адной аб'яве адразу некалькіх шрыфтаў з розным напісаннем. Таксама неабходна пазбягаць колеравай перагружанасці старонак пры афармленні ў яркіх фарбах адначасова загаловаў, падложак і іншых элементаў.

А спецыялістам газет варта звяртаць увагу на тое, што графіка павінна палягчаць задачу ўспрымання і засвойвання рэкламнай інфармацыі, таму ілюстрацыі любой рэкламы больш выгадна выглядаюць каляровымі.

Работа выканана самастойна. Матэрыялы і вынікі дыпломнай работы дакладныя.

Abstract

Present diploma work consists of 74 pages, 5 appendixes, which include 7 tabs and 58 illustrations.

List of keywords: OBJECT, SUBJECT, PURPOSE, TASK, METHOD, ANALYSIS, ADVERTISING, NEWSPAPERS, MAGAZINES, COMPOSITION-GRAPHIC MODEL, TOPICS, FORMALIZATION, FONT, COLOR, ILLUSTRATION.

The subject studied in present work is specific design features of registration of advertising in periodicals of Belarus. The object of the work is newspaper and magazine periodicals, containing plenty of advertising.

The purpose of diploma work is an exposure of tendencies and features of advertising design in Belarusian printing MASS-MEDIA, finding out the role of composition-graphic registration of advertising in popularity of newspapers and magazines. The following tasks are set for this thesis: to give characteristics to the main means of expression in printing MASS-MEDIA; to define value and influence of such elements of advertizing as a font, color, an illustration and the photo, etc.

The numbers of the Belarusian newspapers and magazines served empiric materials for our research. We analysed the archives of such editions as «Komsomolskaya pravda», «Antenna», «Argumenty i facty», «Taxi», «Chto pochem», «Krestianka», «ZHZH» for period from May 2013 for May 2014 In general, about 100 numbers of magazines were studied.

Relevance of studying of this subject in Belarus is caused by that mass media are not only a mirror for reflection of the phenomena of reality, but also directly media product, the participant of the economic relations.

The following methods of research were used for implementation of this work: study of literature, supervision, and theoretical analysis, inductive and deductive generalizations.

An author gives some recommendations for the improvement of registration and, afterwards, visual perception of bars of newspapers and magazines.

Editions should watch more attentively that there was no disharmony in text part of advertizing modules that periodically happens when using in one announcement at once several fonts to various tracing. It is also necessary to avoid color congestion of pages, making out in bright paints at the same time headings, substrates and other secretory elements.

And the specialists of newspapers need to take into account that graphic arts must facilitate the task of understanding and mastering of publicity information, therefore illustrations of any advertising look in color more favourably.

Work is done independently. The materials and results are correct.