

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати

ПИОТУХ
Дарья Ивановна

**РЕКЛАМА В БЕЛОРУССКОЙ ПРЕССЕ: ТРАДИЦИИ, БИЗНЕС-
КЛИМАТ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Дипломная работа

Научный руководитель:

кандидат филологических
наук, доцент Маевская Е.В.

Допущена к защите

«___» _____ 2014 г.

Зав. кафедрой периодической печати
кандидат филологических наук, доцент О.М. Самусевич

Минск, 2014

Реферат дипломной работы

Работа включает введение, три главы, заключение, список использованных источников, материалы исследования, приложения. Объем дипломной работы – 58 страниц. Количество использованных источников – 43 научных и 23 материала исследования, приложений – 2.

Ключевые слова: ПЕЧАТНАЯ РЕКЛАМА, ОТЕЧЕСТВЕННАЯ РЕКЛАМА, РЕКЛАМА В ПРЕССЕ, РЫНОК РЕКЛАМЫ, РЫНОК ПЕЧАТНОЙ РЕКЛАМЫ, ТРАДИЦИИ БЕЛОРУССКОЙ РЕКЛАМЫ, ПЕЧАТНАЯ РЕКЛАМА XIX – XXВВ., СОВЕТСКАЯ ПЕЧАТНАЯ РЕКЛАМА, ДЕЛОВАЯ ОБСТАНОВКА НА РЫНКЕ ПЕЧАТНОЙ РЕКЛАМЫ, БУДУЩЕЕ РЕКЛАМЫ В ПРЕССЕ, ПЕРСПЕКТИВЫ ПЕЧАТНОЙ РЕКЛАМЫ.

Объект исследования – реклама в отечественной прессе. Предмет исследования – традиции, деловая обстановка и перспективы развития рекламы в печатных изданиях Беларуси. Цель исследования – описать традиции отечественной печатной рекламы, проанализировать деловую обстановку на рынке рекламы в прессе, определить перспективы развития рекламного рынка печати в Беларуси.

Методы исследования – системно-типологический, структурно-функциональный, компаративный.

Исследование показало, что своим становлением современная печатная реклама обязана XIX – XXвекам. Изучение рынка позволило отметить, что печатная реклама притесняется со стороны телевидения и интернета. Исследование сделало возможным определить правильный путь развития печатной рекламы: непрерывное совершенствование подобной информации как в печатной, так и в электронной версиях издания. Результаты проведенного исследования новы и представляют значимость, так как тема дипломной работы редко анализируется. Актуальность данного исследования обусловлена нестабильным положением современной печатной рекламы в условиях конкуренции со стороны телевидения и интернета. Данная работа значима, потому что именно сейчас отмечается переломный момент в развитии рынка печати, и немаловажно в такое время оценить отечественную рекламу, выделить тенденции рекламы в печатных периодических изданиях. Исследование имеет практическую значимость для работников рекламных отделов современных печатных отечественных изданий.

Рэферат дыпломнай працы

Праца складаецца з ўводзінаў, трох глаў, заключэння, спісу выкарыстаных крыніц, спісу матэрыялаў даследавання і дадаткаў. Аб'ём дыпломнай працы – 58 старонак. Колькасць выкарыстаных крыніц – 43 навуковыя і 23 матэрыялы даследавання, 2 дадаткі.

Ключавыя словы: ДРУКАВАНАЯ РЭКЛАМА, АЙЧЫННАЯ РЭКЛАМА, РЭКЛАМА Ё ПРЭСЕ, РЫНАК РЭКЛАМЫ, РЫНАК ДРУКАВАНАЙ РЭКЛАМЫ, ТРАДЫЦЫІ БЕЛАРУСКАЙ РЭКЛАМЫ, ДРУКАВАНАЯ РЭКЛАМА XIX – XX СТСТ., САВЕЦКАЯ ДРУКАВАНАЯ РЭКЛАМА, ДЗЕЛАВАЯ АБСТАНОЎКА НА РЫНКУ ДРУКАВАНАЙ РЭКЛАМЫ, БУДУЧЫНЯ РЭКЛАМЫ Ё ПРЭСЕ, ПЕРСПЕКТЫВЫ ДРУКАВАНАЙ РЭКЛАМЫ.

Аб'ект даследавання – рэклама ё айчыннай прэсе. Прадмет даследавання – традыцыі, дзелавая абстаноўка і перспектывы развіцця рэкламы ў друкаваных выданнях Беларусі. Мэта даследавання – апісаць традыцыі айчыннай друкаванай рэкламы, прааналізаваць дзелавую абстаноўку на рынку рэкламы ё прэсе, вызначыць перспектывы развіцця рэкламнага рынку друку ё Беларусі.

Метады даследавання – сістэмна-тыпалагічны, структурна-функцыянальны, кампаратыўны.

Даследаванне паказала, што сваім станаўленнем сучасная друкаваная рэклама абавязаная XIX – XX стагоддзям. Вывучэнне рынку дазволіла адзначыць, што друкаваная рэклама ўціскаецца з боку тэлебачання і інтэрнэта. Даследаванне зрабіла магчымым вызначыць правільны шлях развіцця друкаванай рэкламы: бесперапыннае ўдасканаленне падобнай інфармацыі як у друкаванай, так і ў электроннай версіях выдання. Вынікі праведзенага даследавання новыя і значныя, таму што тэма дыпломнай працы рэдка аналізуецца. Актуальнасць дадзенага даследавання абумоўлена нестабільным становішчам сучаснай друкаванай рэкламы ва ўмовах канкурэнцыі з боку тэлебачання і інтэрнэта. Дадзеная праца значная, таму што менавіта цяпер адзначаецца пераломны момант у развіцці рынку друку, і немалаважна ў такі час ацаніць айчынную рэкламу, вылучыць тэндэнцыі рэкламы ў друкаваных перыядычных выданнях. Даследаванне мае практычную значнасць для работнікаў рэкламных аддзелаў сучасных друкаваных айчынных выданняў.

Abstract diploma work

The work includes an introduction, three chapters, conclusion, bibliography, materials research, applications. The total volume of the thesis – 58 pages. Number of sources used – 43 and 23 scientific material research, applications – 2.

Keywords: PRINT ADVERTISEMENT, DOMESTIC ADVERTISING, ADVERTISING IN THE PRESS, ADVERTISING MARKET, MARKET PRINT ADVERTISING, TRADITIONS OF THE BELARUSIAN ADVERTISING, PRINT ADVERTISING XIX – XX CENTURIES, SOVIET PRINT ADVERTISING, BUSINESS ENVIRONMENT IN THE MARKET PRINT ADVERTISING, THE FUTURE OF ADVERTISING IN THE PRESS, THE FUTURE OF PRINT ADVERTISING.

Object of research – advertising in the national press. Subject of research- the traditions, business conditions and prospects of development of advertising in print media in Belarus. The purpose of research – describe traditions of national print advertising, analyze business conditions in the advertising market in the press, to determine the prospects of development of the print advertising market in Belarus.

Research methods – systematic-typological, structural-functional, comparative.

The study showed that its formation modern print ads obliged XIX – XX centuries. Market research allowed to note that print advertising is oppressed with the reversal of television and the internet. The study made it possible to determine the correct path of development of print advertising: continuous improvement of such information in both printed and electronic versions of the publication. Results of the study are new and represent significance as the subject of the thesis is seldom analyzed. The relevance of this study is due to the precarious situation of modern print advertising in the face of competition from television and the internet. This work is significant because it is now marked a turning point in the development of the printing market, and is important at this time to estimate the domestic advertising to highlight trends of advertising in printed periodicals. The study has practical significance for workers advertising departments of modern printing national publications.