

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт журналистики БГУ
Кафедра телевидения и радиовещания**

ЛУЦЕВИЧ
Юлия Дмитриевна

РЕКЛАМА КАК ЭЛЕМЕНТ БЕЛОРУССКОГО РАДИОЭФИРА

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
Лебедева А. Л.

Допущена к защите

«___» _____ 2015 г.

Зав. кафедрой телевидения и радиовещания

кандидат исторических наук, доцент В.Г. Булацкий

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 50 страниц, включая список использованной литературы.

РЕКЛАМА, РАДИОЭФИР, ИНФОРМАЦИОННОЕ СООБЩЕНИЕ, ТИПОЛОГИЯ, СПЕЦИФИКА, РОЛИК, ОБЪЯВЛЕНИЕ, ЗВУК, ГОЛОС, МУЗЫКА, ПРЕИМУЩЕСТВА, КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.

Объектом исследования является реклама как элемент белорусского радиоэфира. Предмет исследования - реклама в эфире радиостанций «Юнистар» и «Минская волна».

Актуальность темы заключается в том, что одним из самых малоизученных вопросов в области рекламоведения является именно реклама на радио. Однако количество FM-радиостанций с каждым годом в нашей стране увеличивается, а это влечет за собой и увеличение количества рекламных сообщений в эфире.

Цель исследования - рассмотрение особенностей рекламы в отечественном радиоэфире и выявление актуальных проблем в данной сфере.

Исходя из цели, для детального исследования темы автором поставлены следующие задачи:

1. изучить исторические предпосылки развития рекламы;
2. раскрыть понятие рекламы и выявить её функции;
3. рассмотреть классификацию и систематизацию видов рекламы;
4. изучить рекламную деятельность радиостанций «Юнистар» и «Минская волна»;
5. провести сравнительный качественно-количественный анализ рекламы на рассматриваемых радиостанциях.

Несмотря на большое количество отечественной и переводной литературы по рекламе, автор работы ощутил недостаток теоретической базы, касающейся именно вопросов рекламы в средствах массовой информации, а конкретнее – не радио. В ходе исследования было отмечено несколько информативных источников, которые помогли разобраться в сути рекламы на радио. Данные учебные пособия, статьи и социологические исследования и составили теоретическую базу дипломной работы.

Из числа законодательных актов, автором работы был изучен Закон Республики Беларусь «О рекламе». Эмпирической базой для исследования стали рекламные блоки радиостанций «Юнистар» и «Минская волна». В качестве приложения к работе были использованы презентационные материалы частной независимой исследовательской компании «ГЕВС».

РЕФЕРАТ

Дыпломная Работа Змяшчае 50 Старонак, У Тым Ліку Спіс Выкарыстаный Літаратуры.

РЭКЛАМА, РАДЫЁЭФІР, ІНФАРМАЦЫЙНАЕ ПАВЕДАМЛЕННЕ, ТЫПАЛОГІЯ, СПЕЦЫФІКА, РОЛІК, АБ'ЯВА, ГУК, ГОЛАС, МУЗЫКА, ПЕРАВАГІ, КАМЕРЦЫЙНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ.

Аб'ектам даследавання з'яўляецца рэклама як элемент беларускага радыёэфіру. Прадмет даследавання - рэклама ў эфіры радыёстанцый «Юністар» і «Мінская хваля».

Аktуальнасць тэмы заключаецца ў тым, што адным з самых малавывучаных пытанняў у галіне рэкламаведання з'яўляецца менавіта рэклама на радыё. Аднак колькасць FM-радыёстанцый з кожным годам у нашай краіне павялічваецца, а гэта цягне за сабой і павелічэнне колькасці рэкламных паведамленняў у эфіры.

Мэта даследавання - разгляд асаблівасцяў рэкламы ў айчынным радыёэфіры і выяўленне актуальных праблем у гэтай сферы.

Для гэтага неабходна вырашыць наступныя задачы:

1. прааналізаваць гістарычныя перадумовы развіцця рэкламы;
2. раскрыць паняцце рэкламы і выявіць яе функцыі;
3. разгледзіць класіфікацыю і сістэматызацыю відаў рэкламы;
4. даследаваць рэкламную дзейнасць радыёстанцый «Юністар» і «Мінская хваля»;
5. правесці параўнальны якасна-колькасны аналіз рэкламы ў эфірах даследуемых радыёстанцый.

Нягледзячы на вялікую колькасць айчыннай і перакладной літаратуры па рэкламе, аўтар працы адчуў недахоп тэарэтычнай базы, якая тычыцца менавіта пытанняў рэкламы ў сродках масавай інфармацыі, а больш канкрэтна - нf радыё. У ходзе даследвання было адзначана некалькі інфарматыўных крыніц, якія дапамаглі разабрацца ў сутнасці рэкламы на радыё. Дадзеныя навучальныя дапаможнікі, артыкулы і сацыялагічныя даследаванні і склалі тэарэтычную базу дыпломнай працы.

З галіне заканадаўчых актаў, аўтарам працы быў вывучаны Закон Рэспублікі Беларусь "Аб рэкламе". Эмпірычнай базай для даследавання сталі рэкламныя блокі радыёстанцый «Юністар» і «Мінская хваля». У якасці дадатку да працы былі выкарыстаны прэзентацыйныя матэрыялы прыватнай незалежнай даследчай кампаніі «ГЕВС».

SYNOPSIS

Thesis work consists of 50 pages total including list of references.

The object of research is advertising as an element of belarusian radio broadcast. The subjects of research are the advertisements on air of “Unistar” and “Minskaya volna” stations.

The relevance of the topic is based on the fact that advertising on the radio is one of the most poorly studied aspects of advertology. And as the number of FM radio stations grows annually, so does the number of commercials aired.

The goal of the study is to examine advertisement peculiarities in domestic broadcast and to identify problems in the field.

Due to the goal of the study and in order to conduct a detailed research of the topic the author has set the following objectives:

6. to study the historical background of advertising development;
7. to define the concept of advertising and to identify its functions;
8. classify and organize types of advertising;
9. examine the promotional activities of “Unistar” and “Minskaya volna” radio stations;
10. conduct a comparative qualitative and quantitative analysis.

Although there is a large number of a domestic and translated study on advertising, the author of the thesis faced lack of theoretical framework for questions related to advertising in the media, and more specifically - not radio. We picked several information sources that helped to clarify the essence of radio advertising. These tutorials, articles, case studies have made up the theoretical basis of the study. As for the legislation, the author studied the Law of the Republic of Belarus "On Advertising".

Radio ad units of “Unistar” and “Minskaya volna” stations have served as the empirical base for the study.

As an appendix to the study materials have been used presentation materials by an independent research company "GEVS."